2008

TOP MESSAGE

**今年は大きな変革の年。
経営理念・ブランド憲章を常に念頭において、製造販売事業・医療機器事業の両輪で
人々の生活の質の向上に貢献する「総合健康企業」を目指していきます。**

お客さまから信頼され続けることを目指し、「品質は命」を念頭に、品質向上に励みます。

私たちはこれまで、「人と社会に『快』を提供する」を経営理念に、常に「並外れた顧客志向」を合い言葉として事業活動を行ってきました。しかしながら、いくつかの製品において自主的に回収するという事態を起こしてしまい、このことで、当社製品をご愛用いただいている多くのお客さま、広く社会の皆さまに多大なご迷惑をおかけしましたことを深くお詫び申し上げます。

企業にとって、製品品質は命です。原材料が高騰する中、ものづくりは大変厳しい環境にありますが、こういった環境の中でも、品質に妥協は決して許されることではありません。むしろ品質向上に、これまで以上に懸命に取り組まなければなりません。私たちがつくる製品に関しては、“best”よりも、もっと良いもの、つまり“better than best”でなければ信頼され続けることはできないと考えています。「品質は命」を念頭において、懸命にものづくりに励んでいきたいと思います。

「あったらいいな」を追求し、「総合健康企業」としての展開をはかります。

今年は、約90年の長きにわたり製造販売事業と卸事業を中心に営んできた経営体制が、製造販売事業と医療機器事業に変わる「大きな変革の年」です。

製造販売事業と医療機器事業を核とした新生・小林製薬グループとして、これまで以上に「あったらいいな」を追求して企業の礎をより確固たるものにしていきます。これからは特にヘルスケア分野へ注力し、世のなかの人々の生活の質の向上に貢献できる「総合健康企業」を目指したいと思います。

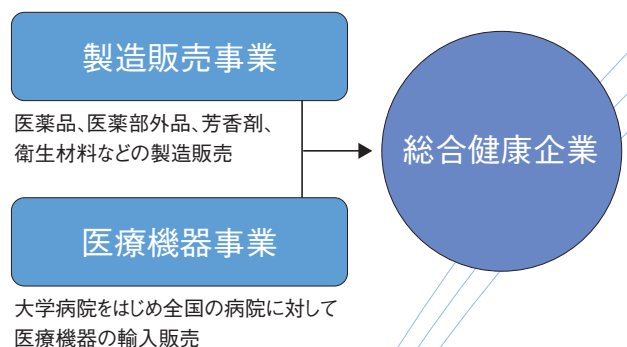
これからの10年は、過去の10年と比較して、さらに速いスピードで変化が起こるでしょう。そこにはビジネスチャンスも今まで以上にあると考えられます。そのチャンスを上手くキャッチできるよう、「いかに機を見て敏に取り組むか」——常に体制を整えておくことが、私の社長としての一番の課題と考えます。

従業員が沸き立ち、世の中から愛される会社になる。それがコーポレートブランド経営の究極の目的です。

小林製薬グループでは、5年前からコーポレートブランド経営に取り組んでいます。これはCSRへの取り組みそのものであり、ブランドスローガンである「“あったらいいな”をカタチにする」ことにつながります。この究極の目的は、「従業員

製造販売事業
医薬品、医薬部外品、芳香剤、衛生材料などの製造販売

医療機器事業
大学病院をはじめ全国の病院に対して医療機器の輸入販売

→ 総合健康企業

が沸き立ち、世の中から愛される会社になる」ことです。

そのためには、小林製薬グループで働くすべての従業員が小林製薬グループで働くことに喜びを感じ、誇りと自信を持って業務に取り組んでいる日常をつくる必要があります。

「企業は人なり」といいますが、人が成長しないと企業も成長しません。「小林製薬の従業員だったら、どこの企業でも通用する優秀な人材だ」といわれるような人を育てること、これが私の最大の夢です。そのためにも社員が安心して働くことができ、一人ひとりが能力を発揮できる職場環境の整備を進めていく必要があります。子育てがしやすい制度作りなどのワークライフバランスの推進にも積極的に取り組んでいきたいと思います。

昨今、企業倫理がますます問われる世の中になり、今後この傾向はさらに強くなっていくと思われます。私たち役員・従業員ともに、一人ひとりが倫理観を高めて法規・法令の遵守を徹底していかなければなりません。小林製薬グループとしても「内部統制委員会」の主導のもと、コンプライアンスを含むCSRを徹底して強化してまいります。

CSRの取り組みは、世の中の信頼を高め、経営理念である「人と社会に『快』を提供する」ことにつながり、そして企業価値の向上、企業の持続的成長の基盤になると確信しています。小林製薬グループは、これからも多くのステークホルダーの皆様とのコミュニケーション活動を通じて、着実にCSR活動を推進し、持続可能な社会づくりに貢献していきたいと考えています。

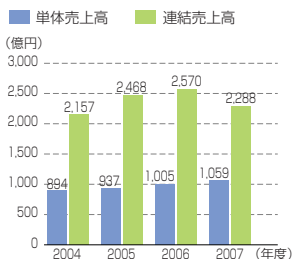
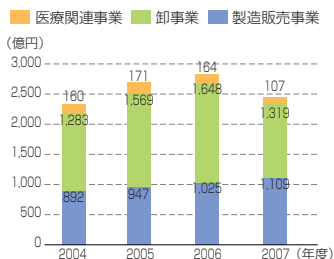
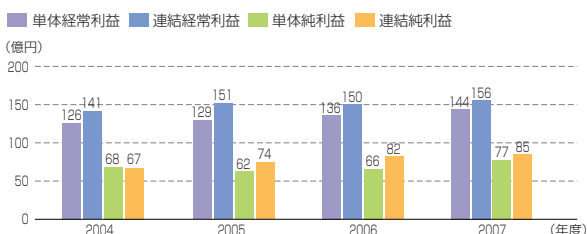
代表取締役社長 小林豊

グループ概要

■ 小林製薬株式会社

本社所在地	大阪市中央区道修町四丁目3番6号
設立年月日	1919年8月22日
資本金	34億5千万円（2008年3月31日現在）
従業員（連結）	2,064名（2008年3月31日現在）
売上高（連結）	2,288億円（2008年3月期）
主な事業	1.医薬品、医薬部外品、芳香剤、衛生材料などの製造販売を行う製造販売事業 2.大学病院をはじめ全国の病院に対して医療機器の輸入販売を行う医療機器事業

■ 主なグループ会社

富山小林製薬（株）／仙台小林製薬（株）／愛媛小林製薬（株）／小林製薬プラックス（株）／アロエ製薬（株）／小林製薬物流（株）／桐灰化学（株）／（株）アーチャー新社／エスピー・プランニング（株）／すえひろ産業（株）／小林製薬ライフサービス（株）／Kobayashi Healthcare, LLC／Kobayashi Healthcare Europe Ltd.／Heat Max, Inc.／eVent Medical Ltd.／上海小林日化有限公司／小林製薬（香港）有限公司／PT.Kobayashi Eglin

■ 業績の推移

編集方針

小林製薬グループは、2002年度から毎年「環境報告書」を発行し、2006年度からは、社会的側面の報告を充実させ、名称を「社会・環境報告書」に変更しています。

本書の編集にあたっては、小林製薬グループが行っているCSR（社会的責任）にかかわる活動を、従業員・お客さま・地域社会・地球環境という視点から、小林製薬グループの全体像をご理解いただけるような構成にしています。
一部のデータは、ホームページ（http://www.kobayashi.co.jp）に掲載しています。

これまでも、皆さまから様々なご意見・ご感想を頂き、それらを参考として本書を作成しております。

今後も多くの方々からのご意見を参考に、より良い報告書とさせて頂くためにも、ご意見・ご提案をいただければ幸いです。

■ 対象組織

小林製薬（株）および国内・海外の子会社、関連会社
但し、環境パフォーマンスデータの集計範囲は以下のとおりです。

【環境パフォーマンスデータ集計対象範囲】
小林製薬（株）および国内主要生産事業会社4社。

※本文中においては、小林製薬株式会社を「小林製薬」「当社」と表記し、小林製薬グループを「小林製薬グループ」と表記することで、両者を区別しています。

■ 対象期間

2007年度（2007年4月1日～2008年3月31日）
※一部直近のものを含む

■ 参考指針

環境省「環境報告ガイドライン（2007年版）」
GRI「サステナビリティ リポーティング ガイドライン第3版」

■ 作成および担当窓口

小林製薬株式会社　コーポレートブランド推進室
TEL 06-6222-0901　FAX 06-6222-0079
ホームページアドレス　http://www.kobayashi.co.jp

CONTENTS

特　集

“あったらいいな”全社

CB(コーポレート ブランド)向上プロジェクト

小林製薬グループでは、2002年からコーポレートブランド(以下CB)を高めることで企業価値向上を目指すCB経営に取り組んできました。5年を経て、今では社内に浸透し、一定の理解が得られるようになっていますが、まだまだ課題が多いのも事実です。そこで全社あげての「“あったらいいな”全社CB向上PJ(プロジェクト)」を立ち上げ、解決すべき課題を明確にするとともに具体的な改革の提言を作成し、CB経営をさらに1ステージ高めるための基礎固めを行いました。

従業員一人ひとりが「自らが小林製薬グループの代表だ」という使命と責任を感じ、全社でCB向上に取り組む会社になる。

小林製薬グループでは、コーポレートブランド(以下CB)が企業価値を決める重要な判断基準の一つと考え、2002年からCB向上に取り組んできました。

CBを一言で言えば、「お客さまやステークホルダーの方々が小林製薬グループに抱くイメージ・魅力・評判」です。これを大切にしようと小林製薬グループが取り組んでいる理由は、今の時代にあって、CBが企業価値を決める重要な判断基準の一つだからです。

CBは、企業が社会や生活と触れあうあらゆる瞬間に形成されていきます。製品を通して、さまざまな人とのさまざまな機会での会話を通して、テレビCMや広告を通して、そしてお客さま同士の評判を通して、さまざまなイメージや印象がつくられていきます。

一人の行動が良くも悪くも、CBを左右します。そのような意味で、CB向上は、どこか特定の人や部門が取り組めばよいというものではありません。従業員一人ひとりが、「自らが小林製薬グループの代表だ」という自覚を持って、日々の仕事に当たることが何よりも大切です。

そのために小林製薬グループがめざす理想の企業像をブランド憲章として明示し、CBへの取り組みを進めてきました。各分野で自主的なアクションプランを決めて活動する「CB向上活動」などにより、CBへの理解は浸透してきましたが、まだまだ課題が多いのも事実です。

今回取り組んだCB向上プロジェクトは、このような課題を抽出し、どのような施策や行動を取ればいいのかを、全社で考え、つくっていくことを目的としています。仕事に当たる「考え方」や「方法」そのものを見直し、変えていくことで小林製薬グループが「人・暮らし・社会にとっての“あったらいいな”をカタチにして『快』を提供できる会社になる」ことで、業績やCBの向上を実現していこうというものです。

このプロジェクトに参加し、小林製薬の将来像が理解できました。今後の自分が目指すべき方向性と会社の方向性をリンクさせて、今後の活動をしていきたいと思います。このプロジェクトで決めた目標を、全社員に理解してもらい、全社員で実行し、継続することが大切です。
製品営業カンパニー 広域1G 福原武人

経営理念
我々は、絶えざる創造と革新によって
新しいものを求め続け、
人と社会に素晴らしい「快」を提供する

ブランド憲章
私たちは、日々変化し進化するお客様のニーズを解決するだけでは満足しません。
お客様も気づいていない必要なものを発見し、「こんなものがあったらいいな」をカタチにして、一刻も早く送り届けます。
お客様の立場で開発した製品やサービスが、社会の信頼、お客様の期待を裏切ることのない品質を私たちは追求します。
暮らしの中の発見から生まれた喜びが、いつしか世界にも広がることを夢見て。
私たちは、お客様と深く関わり合い、今までになかった満足を提供することによって社会に貢献する開発中心型企業です。

並外れた“顧客志向”
常にお客さまの目線から考える立場を貫いてこそ、
お客さまとの共感を生み出すことができるという想い

期待を裏切らない業務品質
お客さまが期待する製品やサービスの
品質を検討・維持してゆくことが
お客さまの信頼につながるという想い

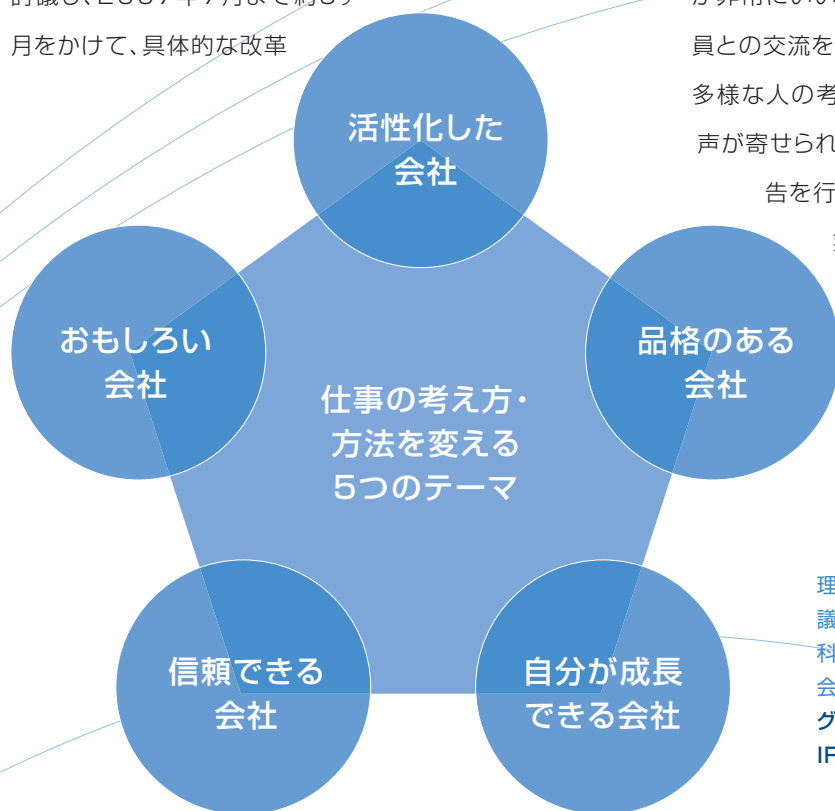
(上記2つを支える)
“創造と革新”の精神
“驚き”と“感動”は過去の繰り返しではなく、
絶え間ない“創造と革新”の
継続によって生まれるという想い

プロジェクトは「“あったらいいな”全社CB向上プロジェクト」と名づけられ、2006年10月に発足しました。

プロジェクトでは、討議の切り口として「活性化した会社」「自分が成長できる会社」「信頼できる会社」「品格のある会社」「おもしろい会社」という5つのテーマのもとに分科会を開き、各分科会で業務上の解決すべき課題を徹底して討議し、2007年7月まで約9ヶ月をかけて、具体的な改革の提言を作成しました。

役員が分科会のリーダー、サブリーダーを務めるとともに、メンバーを社内公募し、グループの全部門からの参加を促しました。討議には社長も積極的に参加し、「全社プロジェクト」と呼ぶにふさわしいものになりました。

こうしたスタイルに対して、参加者から「分科会での討議が非常にいい刺激になった」「普段接することの少ない社員との交流を持てた」「他のカンパニーの状況を知り、かつ多様な人の考え方を確認することができた」などといった声が寄せられました。メンバーが各職場での進捗状況の報告を行うことで、全社での関心が高まるとともに、従業員一人ひとりが「自分たちのプロジェクト」と感じ取り、CBへの取り組み意識を高めることにつながりました。

活性化した会社
品格のある会社
自分が成長できる会社
信頼できる会社
おもしろい会社
仕事の考え方・方法を変える5つのテーマ

理想の会社像として5つの方向性に分け、それぞれで議論するスタイルが非常に良かったと思います。各分科会のリーダーが役員であったことも会社の意気込みを感じました。
グループ統括本社 企業広報・IRG 片桐真一

仕事の考え方・方法を変える5つのテーマの分科会にて、検討を重ねる。

CB向上に必要なことを徹底して考え、4つの領域での取り組みを決める。

CB向上のための課題と施策を考えるにあたって、「活性化した会社」「自分が成長できる会社」「信頼できる会社」「品格のある会社」「おもしろい会社」というテーマとともに重要なのが、CB向上がどのようにすれば実現でき、同時に業績向上、企業価値向上につながるのかということをはっきりさせることです。

小林製薬グループは、「並外れた顧客志向」という言葉に象徴されるように、「顧客満足」が何よりも重要だと考え、取り組みを進めています。

今回のプロジェクトでも「顧客満足」を高めるという視点から、「お客さまに提供するものごとの質を高める」ことの重要性が改めて議論されました。同時に、「お客さまに提供するものごとの質を高める」ために、「"仕事のやり方"を見直し、進化させること」、また仕事を実際に行う「人材を創ること、当事者意識を高めること」の必要性や従業員が会社に誇りと愛情を持てるようになることの大切さが再確認されました。

さらに、こうした要素、すなわち「お客さまに提供するものごと」「仕事」「人材」すべてを表現するのが「会社」という組織です。小林製薬グループという「会社」が一つの同じ目標に邁進しているということをお客さまにご理解いただくことも同時に大切になると考えました。その方向を指し示す「経営理念、企業姿勢」を根本的に整理することにも取り組むことにしました。

CBを高めるためのこうした枠組みを表現したのが、左下の図です。

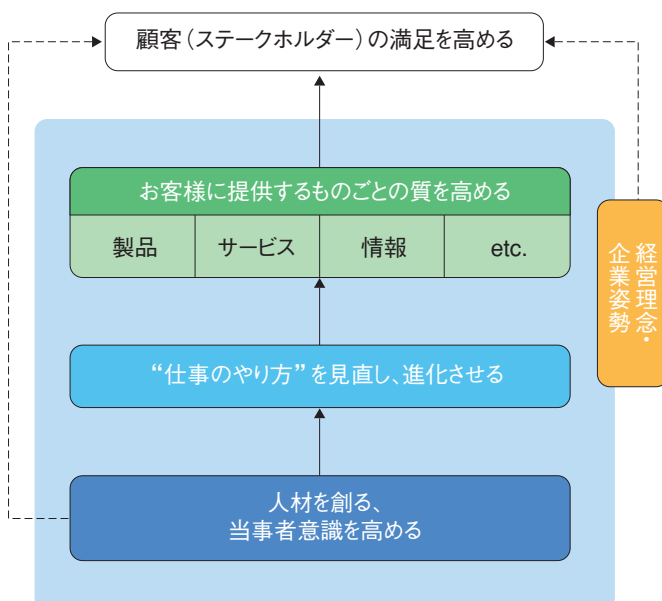
プロジェクトでは図のような枠組みからCB向上・企業価値向上に必要なことは何か、一つ一つを徹底して考え、全方向で取り組みを検討しました。

①経営理念・企業姿勢
②人材を創る、当事者意識を高める
③"仕事のやり方"を見直し、進化させる
④お客さまに提供するものごとの質を高める

という4つの領域で取り組みをまとめました。

漠然としたイメージの中で応募、スタートしたPJで したが、各分科会とも自ら「定義」と「果たす役割とは何か?」を突きつめ、最終的には素晴らしい提案内容にすることができました。漠然=あいまい=難しい、といった印象であっただけにアウトプットには大変満足しています。

医療機器事業統括本部 本部スタッフ
藤橋 武

■ブランド向上、企業価値向上の考え方

取り組み1 理念体系を整備し、行動規範を配付。社内へ浸透しやすい仕組みをつくる。

第1の取り組みは、経営理念・企業姿勢の領域で、理念体系の整備、社内への啓発・浸透を行うこと。「価値観」「行動原則」の整理・見直しをふくめた、理念体系の整備を行いました。同時に理念体系をより理解しやすく、実践しやすいものとして「行動規範」を制定しました。また、現場の活動と結びつけるために「行動規範」をテキストとした理念教育もスタートしました。

経営方針発表会やワークショップなど、社長が経営理念や行動規範について語る場を多く設け、全社での理念・価値観の共有化を図っていきます。

また、行動規範とは別に、今回のプロジェクトの趣旨とプロセス・内容を「あったらいいなブック」として小冊子にまとめ、全従業員に配付しました。

PJに参加していると参加者の熱意を身近に感じ、エネルギーがわきます。しかし、この熱意を全社的に浸透させる方が重要です。何とかグループ全体の意思統一を図る手段があればといつも考えています。
国際営業 国際営業部 佐々木 司

取り組み2 従業員一人ひとりがCB向上の当事者として成長できる機会をつくる。

第2の取り組みは、人材を創る、動機づける、当事者意識を高めること。「自分が成長する会社」に関して検討した結果、人間的魅力、特に人格形成とチャレンジ精神の育成が優先課題として取り上げられました。また「信頼できる会社」に関しての検討からは、世の中からの信頼獲得の第一歩として「当事者意識」の重要性が指摘されました。

こうした考えに立って、多岐にわたる取り組みが提言されました。しかしながら、全社で取り組むこと、部門別に取り組むことなど、さまざまな提言が含まれているため、実現に向けての施策をさらに検討することになりました。

取り組み3 仕事のやり方を見直し、進化させる。

第3の取り組みは、“仕事のやり方”を見直し、進化させること。特に「信頼」に焦点を当てて討議を行いました。

信頼という言葉の意味する領域は非常に広いのですが、人々の健康や生活に直結した製品を扱うことが主たる事業との考えに基づき、今回のプロジェクトにおいては製品の品質にフォーカスした取り組みを進めることになりました。そのための制度や業務改革などが、具体的な検討に入っています。

「活性化した会社」という視点からは、従業員一人ひとりの活性化の必要性が指摘されました。また、お客さまや取引先などのさまざまな社外の意見を柔軟に受け入れることの重要性も指摘されています。

こうした意見を踏まえながらさまざまな提言がつくられ、実現に向けての施策を検討することになりました。

今回の活動を通じて感じたことは、年齢・社歴・職制による社内の問題点のとらえ方の違いです。このあたりのギャップを考慮し「経験の浅さゆえの勘違い」「固定観念からの誤解」などを抽出し、〈従業員満足→良い製品を作る・売る(顧客満足)→売上アップ→企業価値向上→従業員満足〉のサイクルが実現できたらおもしろいのではないでしょうか。
製造 医薬品開発G 濱野邦彦

製品ブランドと社名を結びつけ、“小林製薬”のおもしろさを伝える活動を展開。

店頭企画

宝探し推販

職場が工場や事務所などで、普段お客さまと直に接する機会がほとんどない従業員がお店に出て、イベントや展示、接客などを行う「宝さがし推販(推奨販売)」を2007年5月から3ヶ月間実施。お客さまにとっては、小林製薬グループの知らなかった製品とその便益・価値(=宝)と出会う場となるとともに、社員にとってもお客さまの声という、またとない“宝”を知る機会となりました。

自分たちがつくっている製品が店頭でどのようにお客さまに関心を持たれ、買っていただけるのかを身をもって感じ取ることで、参加者のモチベーションアップに大きく貢献しました。

広告

テレビ CM で「あっ! 小林製薬」

製品ブランドはよく知られているのに、それが小林製薬というCBに結びついていない——そんな思いから、マーケティング室が主幹となり、冒頭に「あっ! 小林製薬」というコメントを入れたテレビCMを実施。「“あったらいいな”をカタチにする小林製薬」のCB浸透をはかりました。

90周年記念の新聞全面広告

創立記念日の8月22日には、小林製薬とその製品をもっとよく知っていただくことを目的に、全国紙・地方紙に全面広告を掲載しました。さらに、「かわら版」を制作し、全従業員で自宅のご近所などに配布して、注目度を上げる活動を行いました。

【掲載紙】
日本経済新聞 / 朝日新聞 / 読売新聞 / 毎日新聞 / 産経新聞 / 北海道新聞 / 西日本新聞 / 中日新聞 / 愛媛新聞 / 河北新報 / 北日本新聞など

おもしろ企画

川柳日めくりカレンダー

小林製薬グループのお客さまや関係者に、もっと「おもしろい」と喜んでいただけるように、小林製薬グループにまつわる川柳や「おもしろ話」を綴った2008年の日めくりカレンダーを企画。 従業員に募集した結果、1,435名から3,224件に及ぶ応募がありました。その中から203作を採用し製作したカレンダーは、株主やお客さま、従業員などに配付しました。

選考会の一コマ

経営・マネジメント

近年、企業への信頼やイメージを損なうような不祥事が多発し、企業倫理が問われていますが、小林製薬グループでは、そうしたことがないように、コンプライアンスを含む社会的責任の遂行を徹底していくことを経営の重要課題ととらえています。そのためには、まず小林製薬グループの理念や価値観を全社で共有し、「人と社会に『快』を提供する」という経営理念を実践していくことが重要です。経営理念の実践を通してコーポレートブランドの価値を高めることで、企業価値の向上、持続的成長を実現し、企業の社会的責任を果たす―これが小林製薬グループのCSRの考え方の基本で、小林製薬グループではCSRへの取り組みをコーポレートブランド活動と位置づけています。

2007年度はこれまで制定してきた、経営理念、ブランド憲章、ブランドスローガン、行動原則を「体系」として整備するとともに、コンプライアンスやガバナンス(内部統制)への取り組みを進めました。

経営理念

私たちはなにのために存在し、どこを目指すか

「創造と革新」、「人と社会に『快』を提供する」

価値観

私たちはなにを大切にしているのか

「並外れた顧客志向」、「社員一人ひとりが主役」、
「社会的責任の遂行」、「株主尊重」

行動原則

私たちはどのように行動するか

「Something New / Something Different」、
「Simple, Clear, Speed」、
「自考、自決、自実、自責」、「チャレンジ精神」

CONTENTS

経営理念

我々は、絶えざる創造と革新によって
新しいものを求め続け、
人と社会に素晴らしい「快」を提供する

小林製薬グループは、医薬品、芳香剤、栄養補助食品（サプリメント）、日用雑貨品、医療機器などの分野で、さまざまな製品を提供しています。これらの多彩な分野での製品提供は、現状の事業領域にこだわらず、より幅の広い「人と社会に素晴らしい『快』を提供する」という経営理念に基づいた事業活動です。現在の経営理念は、1999年4月に従来の経営理念に、小林製薬グループの特徴の一つである、「創造と革新」および「Something New Something Different」の意味を加え、新たに作成したものです。この経営理念にある、人と社会に向けた「快」の提供を追求することが小林製薬グループの存在意義であると考えています。

小林製薬グループ

経営理念
コーポレートブランド経営
ブランド憲章

このような考えのもとに

あったらいいな®をカタチにする

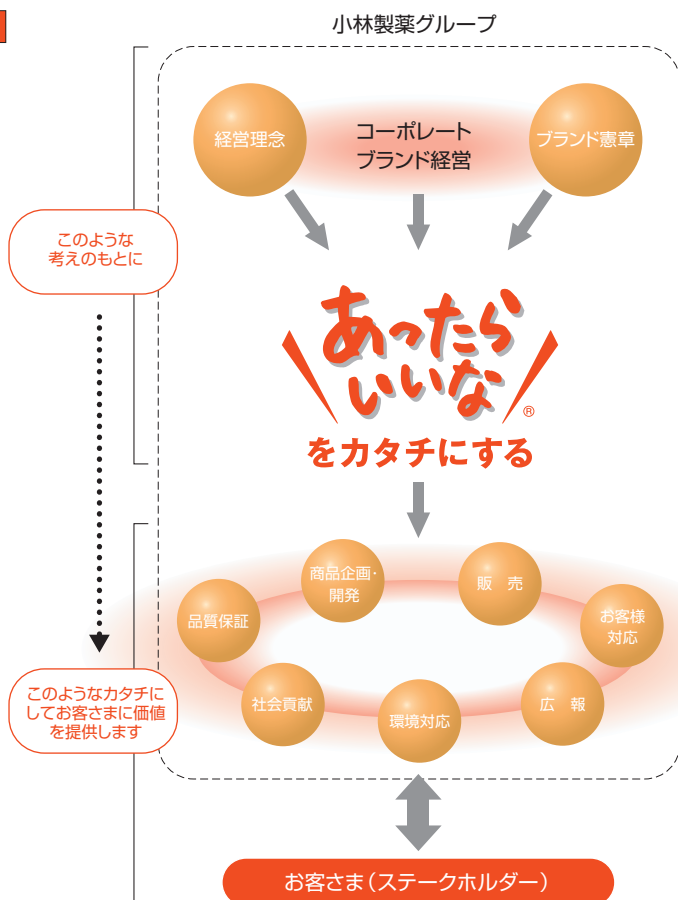
商品企画・開発
販　売
品質保証
お客様対応
社会貢献
環境対応
広　報

このようなカタチにしてお客さまに価値を提供します

お客さま（ステークホルダー）

ブランド憲章

私たちは、日々変化し進化するお客様のニーズを
解決するだけでは満足しません。
お客様も気づいていない必要なものを発見し、
「こんなものがあったらいいな」をカタチにして、
一刻も早く送り届けます。
お客様の立場で開発した製品やサービスが、
社会の信頼、お客様の期待を裏切ることのない
品質を私たちは追求します。
暮らしの中の発見から生まれた喜びが、
いつしか世界にも広がることを夢見て。
私たちは、お客様と深く関わり合い、
今までになかった満足を提供することによって
社会に貢献する開発中心型企業です。

より多くのお客さま（ステークホルダー）にとって、価値ある企業になりたいという想いのもとに、2003年より「コーポレートブランド経営」に取り組んでいます。価値ある企業の姿は、それぞれのステークホルダーによって異なってきますが、その原点となるのは、やはりお客さまと考えます。より多くのお客さまに製品やサービスを通じて、満足を提供することが利益の向上に結びつき、同時に株主や従業員といった他のステークホルダーにも満足を提供することにつながると考えています。「並外れた顧客志向」を貫くことこそ、コーポレートブランド経営の核になると信じています。
こうした考え方を土台として、各事業統括本部およびグループ企業の現場と徹底した議論を交わしながらブランド憲章を作り上げました。グループ全従業員の思いと小林製薬グループらしさ、社会やお客さまとの信頼関係、希望、企業姿勢を表現しています。

ブランドスローガン

ブランド憲章に込めた思いを、一言で表現したものがブランドスローガンです。
この言葉にフィットする事業活動を進めていき、多くのお客さまとコミュニケーションできればと願っています。

■ 製造販売事業における“あったらいいな”

ユニークで独創的な製品の開発と提供。

暮らしを見つめ、まだ誰も気づいていない価値ある新しいものを追求し続け、生活者の“あったらいいな”に応える独創的な製品を開発し、提供します。そのフィールドは、①医薬品、②芳香消臭剤、③口腔衛生品、④食品、⑤衛生雑貨品、⑥家庭雑貨品の6つの領域にひろがっています。

ナイシトール

命の母

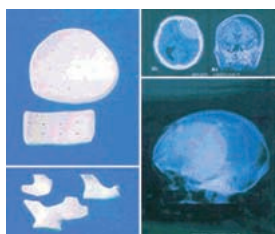
消臭元

ブルーレット

■ 医療機器事業における“あったらいいな”

患者さんの「生活の質」に貢献する医療機器の提供。

欧米を中心とする最先端の医療機器・医療情報を提供することで、患者さんの“あったらいいな”に応え、患者さんの「クオリティ・オブ・ライフ＝生活の質」への貢献を目指した活動を行っています。日本の医療現場に適した製品の開発への取り組みにより、自社ブランド製品の開発・提供も行っています。

大腿骨頸部の骨折に用いるインプラント
kobamed KIAPEX
(コバメッドキアペックス)

頭蓋骨の骨折に用いる人工骨
日本特殊陶業 セラタイト

行動規範

私たちの価値観

■並外れた顧客志向

私たちは常にお客さまも気づいていない必要なものを発見し、「あったらいいな」をカタチ（製品・サービス）にすることを、なによりも大切にします。

■社員一人ひとりが主役

私たちはお互いを尊重し合い、一人ひとりの能力を向上させることが個人の成長だけでなく、会社の成長に繋がると信じています。

■社会的責任の遂行

私たちは社会のルールにのっとり、フェアな企業活動（法律の遵守、倫理観の重視、環境保護）を大切にします。

■株主尊重

私たちは「先義後利」を追求することで、最終的に株主に対して正当な利益を還元できると信じています。

私たちの行動原則

■Something　New / Something　Different

私たちはアイデア・発想の切り口として、常に「なにかが新しく、なにかが違う」ということにこだわり行動します。

■Simple、Clear、Speed

私たちは常に「単純で」「わかりやすく」「すばやく」ということを大切にして行動します。

■自考、自決、自実、自責

私たちは仕事の前では平等の精神の下、問題解決に際しては指示を待つことなく、自ら考え、自ら決断し、自ら責任をもって率先して実行します。

■チャレンジ精神

私たちは失敗を恐れ何もしないより、失敗しても新しいことに挑戦し続けます。

「人と社会に素晴らしい『快』を提供する」ために、
「“あったらいいな”をカタチにする」ために、
大切にする考え方と望ましい行動をまとめ上げたのが、
この行動規範です。経営理念や価値観を共有し、
全社で実践できるよう、価値判断ができるように
との願いをこめて2000年に策定した行動規範を
2007年に再構成しました。

コンプライアンス

理念と価値観、行動規範の浸透を通じて、従業員一人ひとりの取り組みを進めています。

小林製薬グループは生命や健康に関わる製品を提供する総合健康企業としての責任を自覚し、時には法律以上の基準を設けるなど、コンプライアンスを徹底することに努めています。そのために、経営理念・ブランド憲章・行動規範を体系化し、新しく価値観と行動原則からなる「行動規範」を配付。全社共通の価値観として浸透、徹底しています。また、コンプライアンスを担う「内部統制委員会」や「従業員相談室」を通じた体制・ 活動の強化と、コンプライアンス教育という2本柱で、日々の取り組みを地道に進めています。

内部統制委員会

小林製薬グループは、「コンプライアンス委員会」を2003年4月、取締役会の直轄組織として設置しました。この「コンプライアンス委員会」は、社長自らが委員長となって運営し、社外弁護士をアドバイザーとして、小林製薬グループ全体のコンプライアンス体制を監視し、対応策について勧告・助言するとともに、小林製薬グループ全体の事業活動におけるコンプライアンス精神を浸透・徹底・強化することを目的としています。また、2007年5月から名称を「内部統制委員会」に変更し、会社法および金融商品取引法における内部統制も検討対象とし、法令への対応状況の確認を含めた活動をしています。

内部統制委員会における
コンプライアンス関連専門部会

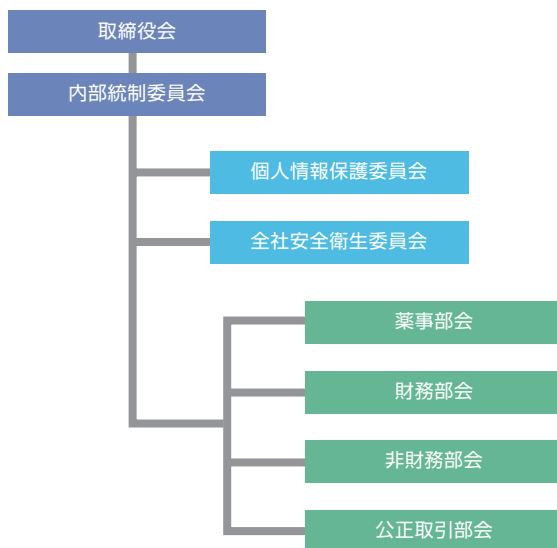
2007年度は、これまでの委員会・専門部会の構成を見直し、内部統制委員会の下部組織として、「個人情報保護委員会」「全社安全衛生委員会」などの委員会と、「薬事部会」、「内部統制部会（財務）」、「内部統制部会（非財務）」、そして「公正取引部会」の4つの専門部会として活動してきました。

各委員会は、これまで個別で運営されていたものを「内部統制」という視点を加え、活動を発展させています。「個人情報保護委員会」では、2007年3月に取得した「プライバシーマーク」による管理・運用、教育などを行い、個人情報保護に関する体制の強化・意識の向上を図っています。「全社安全衛生委員会」では、健康診断における問題や交通安全配慮・教育を実施しています。

専門部会では、「薬事部会」では、「医薬品」「医療機器」における薬事法改正（及び改正予定）への対応だけでなく「食品」の規制対応についても取り組んでいます。

「内部統制部会（財務）」では、金融商品取引法対応としての財務系内部統制システムの構築を目的に、業務プロセスの文書化、リスク排除・低減、ウォークスルー（有効性評価）の実施、キーコントロールの抽出など、2008年4月からの運用に適応できるよう取り組んでいます。

「内部統制部会（非財務）」では、会社法対応の非財務系内部統制システムの構築を目的に、2007年5月に取締役会決議で改定された「内部統制システムの基本方針」に基づき、内部統制システムの整備、各種規程の見直し、リスクの再考等に取り組んでいます。

■2007年度　コンプライアンス体制

従業員相談室

小林製薬グループでは、従業員からのコンプライアンス上の疑問や相談等を受け付ける専用窓口として、「従業員相談室」を2003年1月から社内と社外（弁護士事務所）に設けています。2006年4月には、対象者を、小林製薬グループ従業員全て（派遣社員・契約社員・パート等を含む）だけでなく、退職者および取引会社の従業員にまで拡大しました。また、社外の弁護士事務所も1ヶ所から2ヶ所に増やしました。2007年には、社内ポスターを作製し、従業員だけでなく、来訪された方の目に入るように掲示しました。従業員向けには給与明細のメッセージ欄に案内を記載するなどして、浸透を図っています。この相談等においては、相談者のプライバシーの保護、相談したことによる不利益取り扱いの禁止等を「従業員相談室利用規程」で定め、徹底するとともに、相談事項の早期解決を図る体制をとっています。

従業員相談室告知ポスター

グループ報・イントラネット等による教育の実施

2006年度からは、グループ報において「あなたと私のコンプライアンス」の連載を開始し、コンプライアンス意識の啓発を図るだけでなく、主要な法改正等の記事も掲載し、従業員への告知徹底等を行っています。

2005年5月から開設しているイントラネットを利用したコンプライアンスのケーススタディ（50事例）は、各担当部門別のキャラクターを用いたQ&A形式で、従業員がコンプライアンスを身近に感じ、興味を持ちやすくなりました。また2007年2月からは、動画によるケーススタディをイントラネットにより順次配信しています。これに加え、コンプライアンスに関連するニュースをトピックとした解説をイントラネットに掲載することで、それぞれの職場で従業員がコンプライインスに対する気付きの機会が増えることになり、意識向上に寄与しています。

あなたと私の
コンプライアンス

独占禁止法

集合教育の実施

小林製薬グループでは、入社時及び管理職に任命された時点において、コンプライアンス教育を実施しています。これらの教育は、企業活動を行う上で共通したコンプライアンス意識を持って、それぞれの業務に携わることを目的とした重要な活動です。

2007年度には、役員・管理職向けに小林製薬の顧問弁護士によるセクハラ・パワハラ教育を行いました。今後もコンプライアンスが当たり前の意識として根付くよう、教育活動の強化に努めます。

新入社員教育

役員教育

コーポレートガバナンス

経営の透明性を高め、長期的な企業価値の向上を図っています。

小林製薬グループでは、企業価値の最大化という経営の基本方針を実現するために、コーポレートガバナンスの充実により経営の透明性を高め、お客さま・株主・ビジネスパートナー・従業員・地域社会などのあらゆるステークホルダーに支持されることが重要だと考えています。また、強固なコーポレートガバナンスを実現することで、激変する経営環境の変化にスピーディーに対応する「企業の変身力」を経営レベルで高め、さらなる企業価値向上につなげることを目指しています。

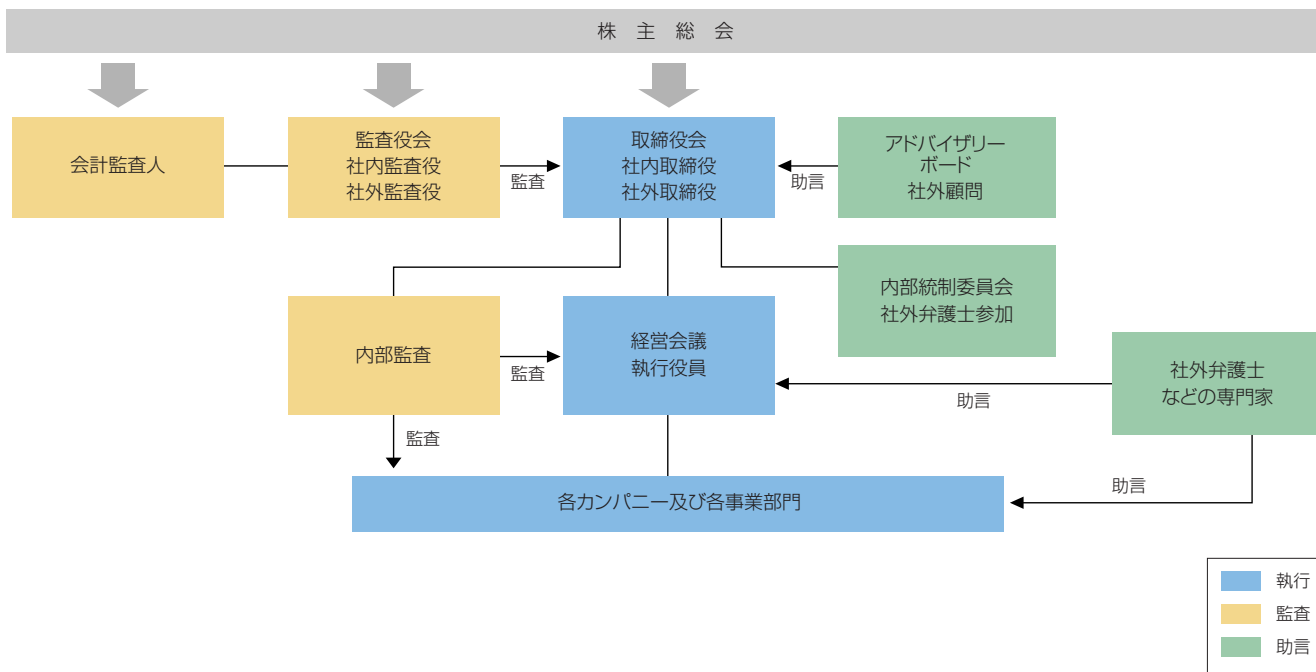
コーポレートガバナンス体制の整備

小林製薬グループでは、経営と業務執行の分離を進めるため、2000年6月に実施しました経営機構改革において、執行役員制の導入およびカンパニー制の導入を行いました。さらに2004年4月には社長ならびに事業統括本部長以下、執行役員が経営の執行に当たる一方で、会長を議長とする取締役会が経営の監督機能を担うという体制を整備しました。また取締役会の活性化の観点から取締役の人数の最適化も図っています。取締役会は月1回の定例取締役会のほか、必要に応じ機動的に臨時取締役会を開催し、法令で定められた事項や経営に関する重要事実を決定するとともに、業務執行の状況を逐次監督しています。2008年6月には社外取締役を選任し、さらに取締役会と監査役会による取締役の業務執行の監督及び監査機能の強化を進めています。

会計監査人である新日本監査法人とは、毎月定例会議を実施し、業務運用上の改善につながる情報交換を行っています。また、企業経営および日常の業務に関しては、適時顧問弁護士などから経営判断上の参考となるアドバイスを受けています。

小林製薬では、企業価値ひいては株主共同の利益の確保・向上を目的として、2007年6月の株主総会において、株式などの大量買付け行為に関する対応プラン（買収防衛策）の導入について決議を行っています。

小林製薬グループの業務の適正を確保するための体制に関する基本方針（「内部統制システムの基本方針」という。）を2006年5月の取締役会において決定、運用しておりましたが、2007年7月の取締役会において改定しました。この改定に基づき、経営リスクの再考や規程の見直し、内部統制委員会の再編など、内部統制に必要な体制の整備を進めています。

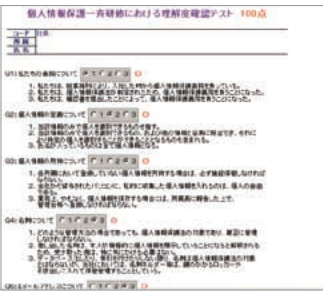
■コーポレートガバナンス体制（2008年6月27日現在）

個人情報保護

厳格な基準と管理に基づき、企業価値向上のために適切な利用を行っています。

小林製薬グループでは、お客さまをはじめとするステークホルダーの声を積極的に経営に活かすことが重要と考えています。個人情報保護を適切に行うことは、ステークホルダーからの信頼を高めながら、その声を吸い上げるための基盤であり、経営の優先課題の一つです。小林製薬グループでは、このような視点から各社において「個人情報保護に関する基本方針」を策定し、順次改定するなど、個人情報保護に対する取り組みを進めています。

個人情報教育

個人情報教育プログラムとして作成したeラーニングを毎年全従業員が満点を取るまで受講すると共に、特にデリケートな情報を管理している部門に対しては、個別集合教育を実施しています。

e-ラーニングの画面

個人情報教育

また、当社では、2005年からプライバシーマークの取得を目指し、グループ内において保護対策を更に強化してまいりました。その結果、当社は、財団法人日本情報処理開発協会より2007年3月にプライバシーマークの付与認定を受けました。プライバシーマークは、財団法人日本情報処理開発協会が運用する 「プライバシーマーク制度」に基づいて、当社の個人情報の取扱いがJIS Q 15001「個人情報保護に関するコンプライアンス・プログラムの要求事項（1999）」に準拠して、適正に行われていることを認定した証として、その使用を許可されたものです。

今後は、規格変更に伴うJIS Q 15001（2006）への対応を行い、個人情報保護マネジメントシステムの構築、更なる業務の適正性確保と教育の充実を図っていきます。

【認定年月日】2007年3月10日
【認定番号】第A200011(01)号

プライバシーマーク

■ 個人情報保護に関する基本方針

小林製薬株式会社は、「絶えざる創造と革新により新しいものを求め続け、人と社会に素晴らしい『快』を提供する」ことを経営理念としております。この実現に向け、人と社会に「快」を感じていただける商品やサービスを提供していくことはもちろん、その提供の方法や手段においても「快」を提供していく必要があります。そのため、弊社では、ご提供いただきましたお客さまや従業員の個人情報を、適切に管理し、利用することが弊社に課せられた重要な責務であると認識し、自ら積極的・継続的に個人情報の保護に全力で取り組んでまいります。

1.　個人情報に関する法令その他の規範を遵守し、さらに個人情報保護に関するマネジメントシステムを作成の上、適宜見直し、継続的な改善を図ります。また、役員・社員をはじめ、弊社業務に従事する全ての者に対する教育を行い、個人情報の保護を徹底します。

2.　事業の運営に必要な範囲においてのみ、適法かつ適正な方法で個人情報を取得いたしました。また、その利用目的については、個人情報を提供していただく際に、情報の主体となる方々に対し、予め明示し、法令で認められる場合を除き、明示した範囲内に限定して利用いたします。 個人情報の目的外利用は行わないこととし、そのために必要な措置を講じます。

3.　個人情報の漏洩、滅失又は毀損等のリスクに対して、技術面及び組織面においても適切かつ合理的なレベルの安全対策、予防措置を講じるだけでなく、継続的な是正措置を取るように努めます。

4.　ご本人様の同意を得た場合または法令で認められる場合を除き、個人情報を第三者に提供いたしません。なお、予め明示した利用目的において、業務委託先に提供する場合は、提供する個人情報は必要な範囲のみに限定し、提供先に対して契約等により個人情報の管理を義務付けるとともに、適切な指導・監督等を行います。

5.　ご本人様がご自身の個人情報について、開示・訂正・利用停止・消去等を希望される場合には、合理的な範囲で、すみやかに対応させていただきます。
上記の対応に関しましては、窓口を設け、当社が定める手続に基づき対応をいたします。また、個人情報の取扱いに関するお問い合わせご相談を受けた場合には、適切かつ迅速に対応いたします。

6.　個人情報を取り扱う業務を受託した場合には、お預かりした個人情報は、厳重に管理の上、受託した業務目的に限定して利用します。法令で認められる場合を除き、委託元の承諾なく、第三者への提供や再委託は行いません。

2004年　9月1日（制定）
2006年 12月1日（改定）
2008年　4月1日（改定）

小林製薬株式会社　代表取締役社長
小林　豊

IRコミュニケーション

株主や投資家の皆さまとの対話を大切にし、情報開示をはじめとしたコミュニケーション活動を推進していきます。

小林製薬グループでは、株主や投資家の皆さまに対して、オープンでフェアな情報開示とコミュニケーションにより、的確な企業評価に立った投資を進めていただくことを基本にしています。また、経営の安定をはかるために投資家層と株主数を拡大させることを目指し、会社説明会の開催やIRホームページの充実などの取り組みを進めています。

株主への情報開示（ポリシー）

株主や投資家の皆さまに対して、関連諸法令や上場している各証券取引所の適時開示規則に則った公正な情報開示はもとより、これらに該当しない情報であっても、投資判断に影響を与えると思われる情報については、できるだけ速やかに開示するよう心掛けています。

投資家への医療機器事業説明会

投資家層と株主数の拡大を目指し、継続的に株主や投資家の皆さまへの積極的な情報発信の取り組みを実施しています。2007年は初の医療機器事業の説明会を開催し、73名の機関投資家の皆さまにご来場いただき、小林製薬の医療機器事業について今後の方針を交えながら説明を行いました。

青い鳥レポート

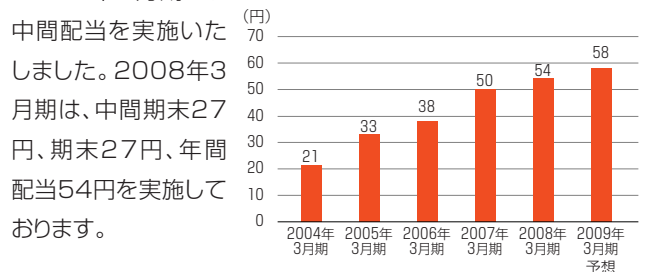
株主の皆さまに向け、年2回発行している報告書「青い鳥レポート」の発行の際にアンケートを実施し、取り上げて欲しいテーマなどを伺い、次回制作の参考とさせていただいています。これからも引き続き、個人株主の皆さまと対話できる場を積極的に設け、一人でも多くの方に小林製薬のファンになっていただくよう努めていきます。

株主優待について

各期末（毎年3月31日）におきまして、1単元（100株）以上の当社株を保有されております株主の皆さまに、日頃の温かいご支援に対する感謝のしるしとしまして当社製品の詰め合わせを贈呈させていただいております。昨年度より、株主優待制度の一層の拡大充実としまして、保有株数による贈呈金額区分を撤廃し、1単元（100株）以上を所有していただいている株主の皆さまに、一律5000円相当の当社製品の詰め合わせを贈呈いたしております。

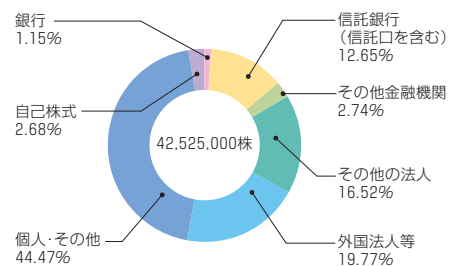
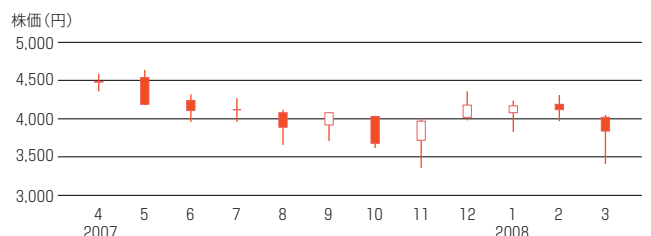
中間配当の開始（配当金の推移）

2008年3月期より中間配当を実施いたしました。2008年3月期は、中間期末27円、期末27円、年間配当54円を実施しております。

■配当金の推移

IR情報

■株式の状況

発行可能株式総数	170,100,000株
発行済株式の総数	42,525,000株
株主数	10,447名

■株主の構成

■株価の推移

社　会　性　報　告

企業は、さまざまなステークホルダーとかかわりながら活動を行っています。CSRの基本は、そうしたステークホルダーに満足していただき、支持していただくこと。小林製薬グ ループでは、事業を通した社会貢献を軸に据えるという視点から、お客さまに満足いただける製品責任と、製品やサービスを創造し提供する従業員満足の二つを重点テーマとして取り組みを進めています。また、製品責任を果たしていくために流通や製造委託先などのビジネスパートナーとの公正な取引や価値観の共有、地域社会への貢献活動にも積極的に取り組んでいます。

CONTENTS

従業員満足と人材育成

「社員一人ひとりが主役」の考え方のもと、全社員参加型経営を推進しています。

ブランドスローガンの「"あったらいいな"をカタチにする」の実践には、従業員一人ひとりがいきいきと働き、持てる能力を伸ばし、発揮していくことが前提条件になります。そのため、理念体系の「価値観」でも第2項に「社員一人ひとりが主役」であることを明記し、「私たちはお互いを尊重し合い、一人ひとりの能力を向上させることが個人の成長だけでなく、会社の成長に繋がると信じています」と謳っています。こうした考えに立って、経営方針でも「全社員参加型経営」を掲げ、理念・方針の共有化をはかるとともに、人事制度や人材育成／教育の充実を図り、従業員にとっても透明性が高く、従業員満足の高い経営を目指しています。

理念・方針の理解と浸透

小林製薬グループでは、会社のあるべき姿・目指す方向を従業員が理解し実践することが何よりも重要であると考えており、理念や方針の理解と浸透のために以下の取り組みをしています。

■グループ経営方針

毎年2月、関係会社を含む小林製薬グループの全経営幹部を集め、社長から来期の経営方針を明確に伝達しています。

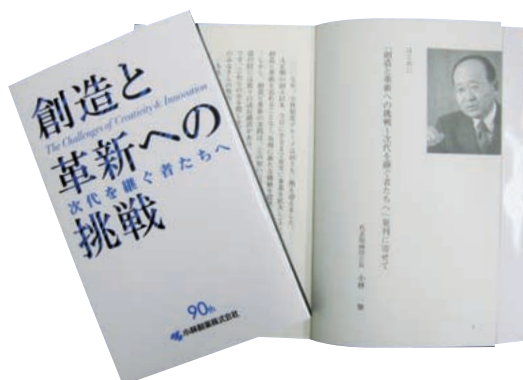
■LA&LA

会長・社長が現場を訪問し、経営方針の理解や現場の諸問題について現場従業員と議論するLA&LA（Looking Around Listening Around）を定期的に開催しています。また、カンパニープレジデントも同様にワークショップを開催し、理念や方針の理解・浸透を進めています。

■従業員満足度調査

2年に1回、全従業員にアンケートを行い、経営理念や事業方針等についての満足度調査を行っています。また、調査結果を部門ごとに分析し、従業員がよりやりがいを持って働くことができる環境の整備を行っています。

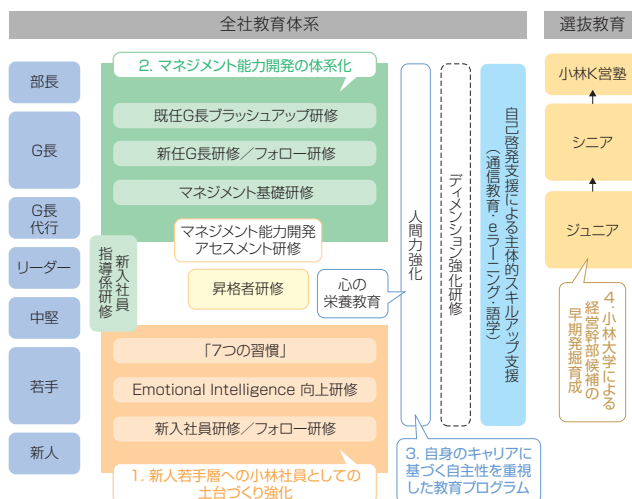
■マネジメントテキストの発刊

将来へ引き継ぐべき事業への姿勢や理念、小林製薬の良きDNAを継承するため、小林製薬グループの発展を支え牽引してきた8人の足跡を記した書籍を発刊し、全従業員に配付しました。

人事制度

小林製薬グループでは年齢や勤続年数による処遇を排除した成果主義人事制度を導入しています。しかし、単純に結果だけを評価するのではなく、成果を出すに至ったプロセスもしっかり評価しています。これによりがんばった従業員が正当に評価される公正な処遇を実現し、従業員価値の向上を目指しています。また、経営理念をいかに業務で実践したかを評価する「小林バリュー評価」を導入し、従業員に対して「小林製薬らしい成果の出し方」を求めています。

人材育成（教育体系）

経営理念の骨子である「創造と革新」を実践し、お客さまの"あったらいいな"をカタチにするためには、人材育成は重要な課題です。経営人材の早期育成と「強い現場」を実現するために、マネジメント能力の育成と全従業員のレベルの底上げに取り組んでいます。

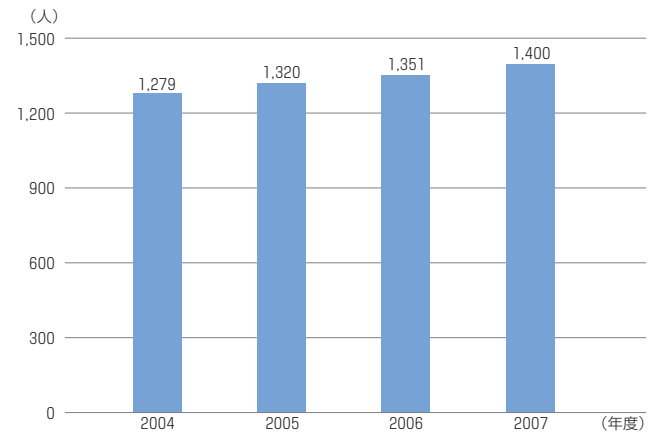
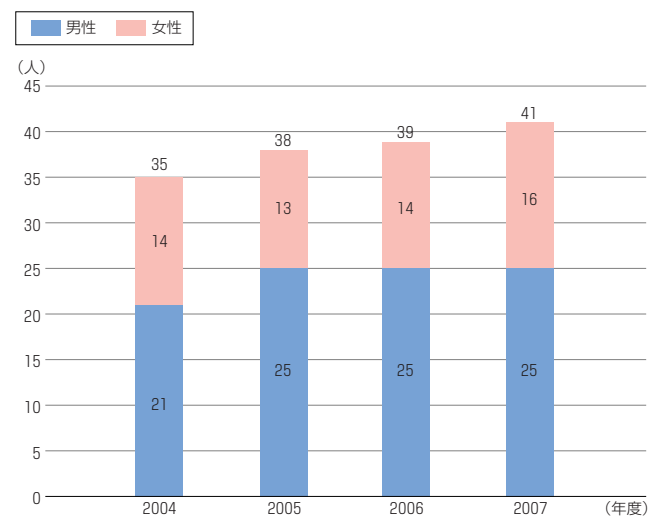
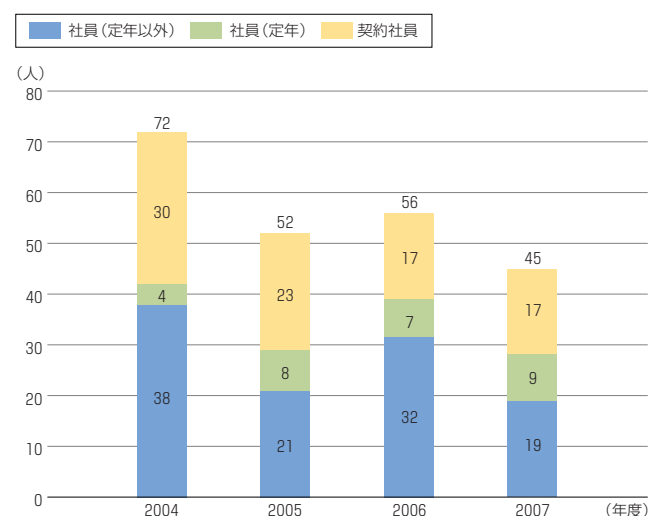
■教育体系

従業員の状況

「ごんた社員」という明確な人材像を掲げ、企業業績の良し悪しに関わらず定数採用を続けることで、人材力を維持、向上し続けています。また中途採用も積極的に実施することで人材の同質化を防ぎ、新しいノウハウの導入を通じて「創造と革新」を生み続ける企業風土の確立に取り組んでいます。

新入社員研修

■ごんたの10箇条（求める人材像）

1 新しいものが好き
2 負けず嫌い
3 明快な自己主張
4 本音で話す
5 ねばり強い
6 行動力がある
7 仕事の虫
8 摩擦や失敗を恐れない
9 意外性がある
10 愛嬌があり人に好かれる

■従業員数推移

■男女別新卒採用者数推移

■退職者数の推移

※上記データは、2008年3月末時点、小林製薬単体のものです。

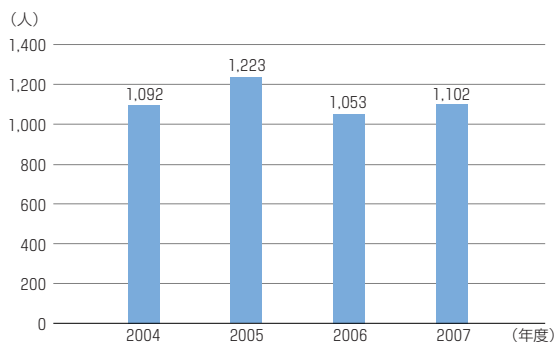
人権

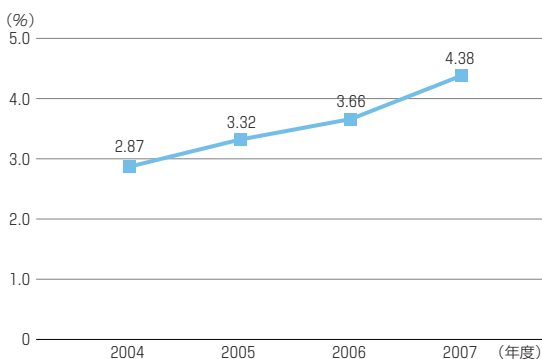
人の権利と安全に配慮し、多様性(ダイバーシティ)を尊重する取り組みを実施しています。

「人と社会に素晴らしい『快』を提供する」という経営理念には、人間性を大切にすることが含意されています。人権の尊重は、小林製薬グループにとって、経営の基本となるものです。雇用と労働に当たって人権を尊重するのはもちろん、女性の活用や障がいを持つ従業員への取り組みなどの多様性(ダイバーシティ)の取り組みを進め、人権教育にも積極的に取り組んでいます。

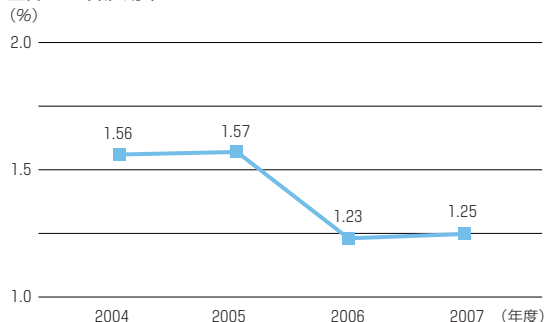
人権教育

他人の人権を尊重することで自分の人権も尊重される明るい職場作りを目指し、原則全従業員が年1回、同和問題をはじめとしてセクシュアルハラスメントやパワーハラスメントなど、年度ごとのテーマをもとに職場単位で受講する人権研修を実施しています。

人権研修

女性の活用

小林製薬の製品開発は生活者の視点が非常に重要となります。その意味でも研究開発やマーケティング職を中心に女性従業員を積極的に採用しています。また、人事部では女性管理職登用を増加すべく、管理職登用に関して数値目標を揚げて取り組んでいます。

※上記データは、2008年3月末時点、小林製薬単体のものです。

障がいを持つ従業員への取り組み

障がいをもつ従業員の採用に関しては常に採用の門戸を開けておき、いつでも応募が出来るようにしています。
また、窓口はハローワークだけでなく、学校や民間の人材紹介会社にも広げています。雇用形態に関しても個人の障がい内容に柔軟に対応できるよう正社員だけでなく、契約社員やパート社員での採用も実施しています。

その他の啓発活動

年1回の職場単位ごと人権研修の他に、グループ報での年3回の人権啓発情報の掲載や社内イントラ上に「じんけんコーナー」を設けて週1回の人権関連情報を発信するなどツールを活用した人権啓発推進に努めています。
また、人権週間行事として社内から人権標語を募集するなどの啓発事業を推進しています。

社内イントラ・じんけんコーナー

(グループ報掲載記事)
07年5-6月号　「交通バリアフリー法」とは?
07年11-12月号 パワーハラスメントとは?
08年1-2月号　子供の人権とは?

労働安全・衛生

心身共に健康で安心して働ける労働安全・衛生に取り組んでいます。

「人と社会に素晴らしい『快』を提供する」という経営理念を掲げ、総合健康企業としての活動を進める小林製薬グループにとって、労働衛生・安全の確保は、基本条件です。ワークライフバランスのための制度の充実や時短の推進、メンタルヘルスケアへの取り組みなど、心身共に健康で安心して働ける取り組みを充実させています。

ワークライフバランスへの取り組み

従業員が安心して働くことができるように、労使で協議してワークライフバランスへの取り組みを積極的に行っています。育児・介護に関しては法定を上回る制度内容にするなど、ファミリーフレンドリー企業となることを目指しています。

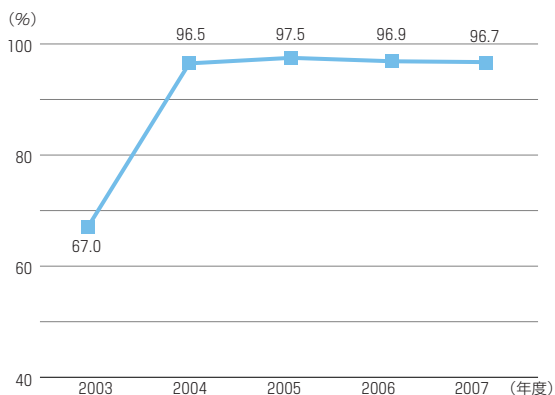
また、従業員が家族と十分にコミュニケーションを取り、家庭での役割を果たすことができるよう、時短に取り組んでいます。具体的には、従業員の労働時間を管理して「見える化」し、部門ごとに「時短推進プロジェクト」を立ち上げています。また、アニバーサリー休暇制度や有給休暇の計画付与も実施して有給休暇取得促進にも努めています。

安全衛生

労働災害を防止し、安全かつ衛生的な職場環境を形成することを目的に安全衛生規程を作成し、必要な事業所には安全衛生委員会を設置しています。また、製造グループでは毎年安全方針を策定し、その方針に従って各工場で安全パトロールや安全教育など様々な対策を行い、労働の安全衛生向上に努めています。

健康診断

従業員の健康維持増進のため、通常の定期健康診断以外に脳ドッグや婦人科検診など様々な検診を全額会社負担で実施しております。

■健康診断受診率

■全額会社負担で受診できる検診一覧

検診項目	対象
前立腺ガン検診	50歳以上の社員・契約社員および被扶養者
脳ドック	40歳以上の社員・契約社員(3年ごと)
大腸ガン検診	35歳以上の社員・契約社員および被扶養者
生活習慣病検診	30歳以上の社員・契約社員および被扶養者
婦人科検診	30歳以上の社員・契約社員および被扶養者

メンタルヘルスケア

昨今のストレス社会の中で誰もがメンタルヘルスに問題を抱える可能性があるといっても過言ではありません。小林製薬グループでは以下の取り組みを行っています。

■ストレスチェックの実施

各個人のストレス状態をチェックし、ストレス過剰となっている従業員に対する個別指導を行います。

■カウンセリング

メンタルヘルスケアが必要となった場合は、外部の窓口に相談したり、カウンセリングを受けることができます。

■産業医への相談

月2回、会社にて産業医に直接相談することも可能です。

※いずれの場合も個人のプライバシーが確実に保護されています。

セクハラ・パワハラ研修

小林製薬グループは安全配慮義務として職場環境、労働環境を整えて従業員の安全、衛生を守る必要があり、その一環として、セクシュアルハラスメント（セクハラ）、パワーハラスメント（パワハラ）に対する教育を実施しています。セクハラ、パワハラに対して厳しく対応していくと共に、管理職としてマネジメントすべき立場（管理職の対応＝会社の対応）をしっかり認識させる場としています。

製品責任(製造販売事業)

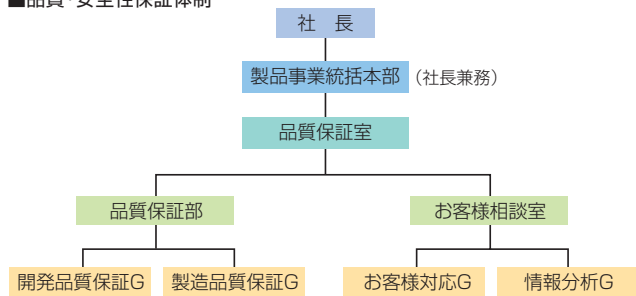
開発・製造・販売・お客さま対応まで広い視野から製品責任をとらえ、お客さま満足を高める取り組みを行っています。

製品責任は、製造業としての小林製薬グループにとって、生命線です。しかも当社の製品は人の健康や生活の快適性に密接に結びついており、その製品責任は重大です。小林製薬グループでは、製品責任を、製品そのものの品質に止まることなく、開発、調達と生産、販売、お客さまとのコミュニケーション、アフターサービスに至るトータルな視点から捉え、お客さまの期待を超える「価値」の提供を目指した活動を展開しています。

品質・安全保証体制

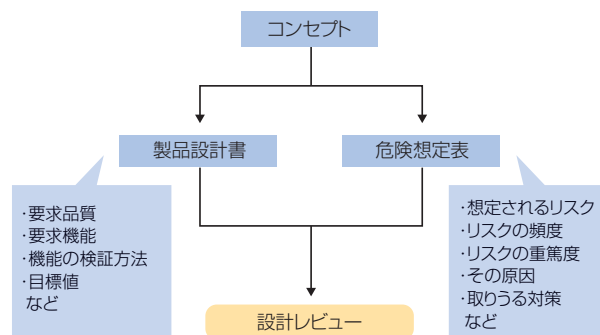
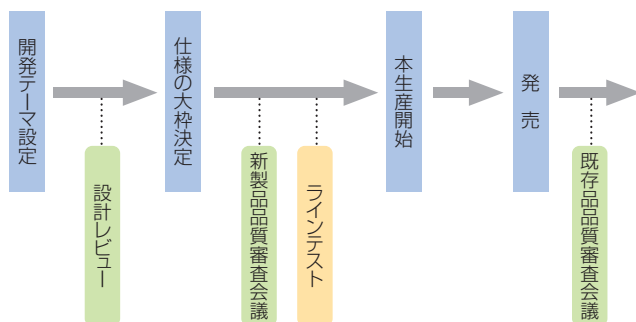
製品の安全性と品質保証体制の構築や監査は、製造部門、開発部門から独立した社長直轄組織となっている品質保証室で行っています。品質保証室には、開発段階を受け持つ開発品質保証グループ、製造段階を受け持つ製造品質保証グループ、お客さまの手元に届いた後を受け持つお客様相談室があります。

■品質・安全性保証体制

- 社　長
  - 製品事業統括本部（社長兼務）
    - 品質保証室
      - 品質保証部
        - 開発品質保証G
        - 製造品質保証G
      - お客様相談室
        - お客様対応G
        - 情報分析G

※Gはグループの意味です。
※品質保証部は2008年4月より、品質保証体制強化のため新たに設置いたしました。

設計品質の監査体制

■設計レビュー

「設計レビュー」は開発の初期段階で製品コンセプトを実現するために要求品質、要求機能、目標値が明確にされているか、危険想定が実施されているかの確認を行い、設計品質を向上させることを目的としています。事前に品質保証室が「製品設計書」および「危険想定表」のチェックを行い、その結果にもとづいて開発経験者による評価・審議を行っています。

■品質審査会議

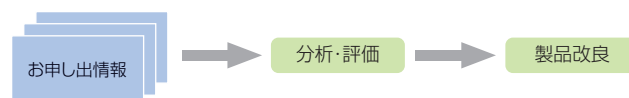
品質審査会議には新製品の品質を審査する「新製品品質審査会議」と既存品の品質を審査する「既存品品質審査会議」があり、新製品は春・秋の発売時期に合わせて年に各2回、既存品は毎月開催しています。新製品品質審査会議では発売にあたって製品の品質に問題点がないかの評価・審議を行います。既存品品質審査会議では発売後のお客さまからのお申し出情報に基づき、製品改良の必要性があるかについて評価・審議を行います。

■新製品品質審査会議

・春新製品：11月・12月開催
・秋新製品：　5月・　6月開催

パフォーマンス・安全性・安定性・表示・生産性 など ◀ 発売に当たって これらの品質について審議を行う

■既存品品質審査会議

・毎月開催

パフォーマンス評価

■消臭試験

お客さまの家庭には様々なニオイが存在します。家庭には居間、寝室、台所、玄関、トイレなど、それぞれ特有のニオイ物質が存在します。脱臭消臭剤を開発するにあたっては、それぞれのニオイ物質に対して消臭力試験を実施し、効果を確認しています。

対照
悪臭物質のみ

テスト
悪臭物質+消臭剤

検知管

■自己点検および監査時の品質基準設定

小林製薬で販売されている商品は当社関連会社のほか委託先と協働で製品化されているものが少なくありません。そこで、近年、小林製薬の製造グループでは品質基準を統合化する動きを加速させてきました。2008年度より共通の基準および管理水準を示した小林品質チェックリストマスターファイルを使用して、製造先での自己点検や品質監査を実施することにより当社の品質マネジメントシステムの確立を目指しています。

■小林品質チェックリストマスターファイルイメージ

■大阪工場 TPM活動

2003年4月にTPM※活動をキックオフ、体質強化による工場基盤の確立に取り組み、2006年10月には「TPM優秀賞第2類」を受賞しました。2007年4月からは「KPM（Kobayashi Production & Person Management）パートII」と位置づけ、「スピード・柔軟性」で「強い現場力をつくる!」をスローガンに、安定的な利益を獲得する為、①徹底したムダの排除を行い、②革新的な生産で無人化・自動化を図り、③自立的な人づくりを目指します。現在、4つの部会・3つの委員会・12の現場サークルが組織され、全員参加体制でみんながんばっています。

※TPM
Total Productive Maintenance　全員参加の生産保全

設備保全風景（ブレスケアライン）

TPMコンサルティング風景

生産現場風景（熱さまシートライン）

■仙台小林　アイボンの品質管理

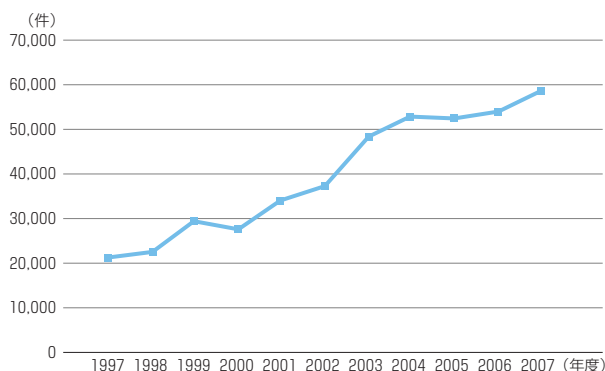
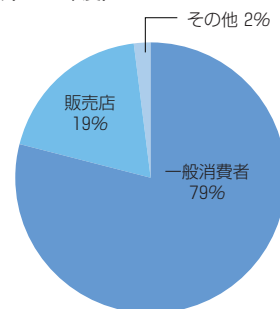
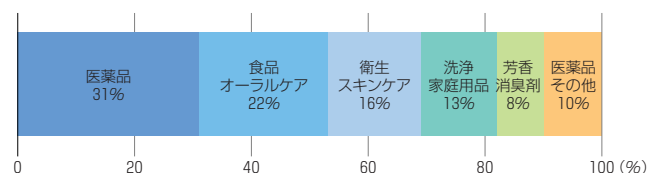
洗眼薬アイボンは眼に使用する無菌製剤であるため、製造工程ではクリーンルームでの無菌操作による充填のほか、原料･資材での菌管理、製造設備の清浄化、作業室内空気の清浄度管理など製造に関わる全ての段階において、細心の注意を払った管理で製品の無菌性を担保しています。

また異物については認定制度で認定された検査員が15分交代で全数目視検査を行うことで品質を保証しています。このように厳重な衛生環境と品質管理の下、お客さまに安心して使用していただける製品を目指してものづくりを行っています。

お客さまコミュニケーション

■お客様相談室の概況

食品の産地偽造、薬品成分などの混入、残留農薬問題など、食に対する安全･安心が問われる中、お客さまが医薬品や食品の原料について、産地などを確認する意識が高まってきました。当社にいただくご相談件数も毎年増え続け、2007年度は6万件近いご相談をいただいています。製品をご利用頂くお客さまからのご相談がほとんどですが、お取り扱いいただく販売店さまからもご相談いただいております。

■年間受付件数の推移

■お客さま別ご相談（2007年度）

■カテゴリー別ご相談（2007年度）

ご相談いただく内容は、製品のご説明や使用方法に関するものがほとんどで、特に多い医薬品については、普段から服用されているお薬との飲み合わせのご相談が増えています。

また、お近くの販売店のご紹介の他、製品の改善やお褒めなどのご意見、製造を中止した廃盤製品を再度販売するご要望をいただくこともあります。

■お客さまの声を製品に活かして

いただいたお客さまの声のひとつひとつを真摯に受け止め、貴重なご意見として、担当部署を始め経営トップにまで速やかに伝えています。製品の改善や再販売など、「お客さまの生の声」から社内へ提案し、お客さまの目線でよりよい製品やサービスを目指す活動もお客様相談室の使命です。お客さまの声が製品販売として実現したものを一部ご紹介します。

「ブルーレットおくだけ」が手を汚さないカップ容器になりました。

「ブルーレットおくだけ」は、発売以来、大変多くのお客さまにご愛用いただいている製品です。
以前の薬剤の包装が袋タイプだった時は、「つめ替時に手が青くなってしまう」という声もありましたが、 カップ容器に変更してからは、「手が汚れなくなった」「つめ替がかんたんになりました」などと、ご愛用者からの喜びの声もいただいています。

【コラム】CB活動	2007年度「CBチャンピオン大会※」入賞

研究開発カンパニー
薬粧品開発部　医薬品開発グループ

流通・営業への医薬品の学術的説明による販促活動 ～買場に医薬品の製品特長を!～

リーダー:**和田　篤敬**

私たちは、開発した製品を通して、たくさんの方に小林製薬の良さを知っていただきたいと思っています。しかしながら、新製品の数が増えるにつれて、その良さを伝えきれない製品も増えてしまうというジレンマを感じていました。
「せっかく良いものを開発しているのだから、その良さを大切に伝えたい」そんな気持ちで、研究開発者が直接お得意先さまや、自社の営業管理薬剤師さんに学術的なご説明をする活動を始めました。
製品のパフォーマンスデータやその場での実験を交えてご説明すると、良くわかったという反応!ご説明した製品以外の製品についてまで矢継ぎ早のご質問を受け、「伝わった!」と実感がわきました。
今後もマーケティング部や営業本部とさらに協力体制を築き、一丸となって製品特長を伝えていければと考えています。少しでも多くの方が、小林製薬のファンになって頂けるように、これからも頑張ってまいります。

マーケティング室
通信販売部　カスタマーサービス1グループ

すべてのお客さまに満足していただけるお客さま応対 「小林ファンを作る」

リーダー:**黒飛　智**

私たちは、「電話を切った後のお客さまの気持ち」までをお客さま応対と考え、1本1本の電話を大切にしたいとの思いから、「サンキュープロジェクト」を行っています。
「サンキュープロジェクト」というのは、お客さまから「ありがとう」のお言葉を頂いた回数を壁に貼り出して、月に一度、たくさん頂戴した上位のオペレーターを表彰するというものです。始めたばかりの頃は、お客さまから「ありがとう」のお言葉を頂くことは、簡単なことではありませんでした。しかし、各自が意志を持って応対改善に努め、お客さまに「笑顔と笑声」で接したことで、お客さまを気遣う気持ちを無理なく自然にお伝えできるようになりました。今ではお客さまから月に4,000個以上もの「ありがとう」のお言葉を頂戴しています。こうした活動の成果として、お客さまの満足度も徐々に上がり、お客さまから90%以上の応対満足度を獲得、維持できています。
これからも、こうした活動を積極的に行い、より多くのお客さまが「小林製薬のファン」になってもらえるよう努めていきます。

※CBチャンピオン大会とは、毎年所属ごとに、ブランド向上を目的としたアクションプランを作成して実践を行い、その成果を表彰するものです。

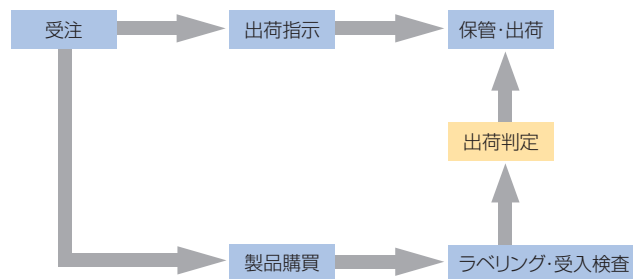
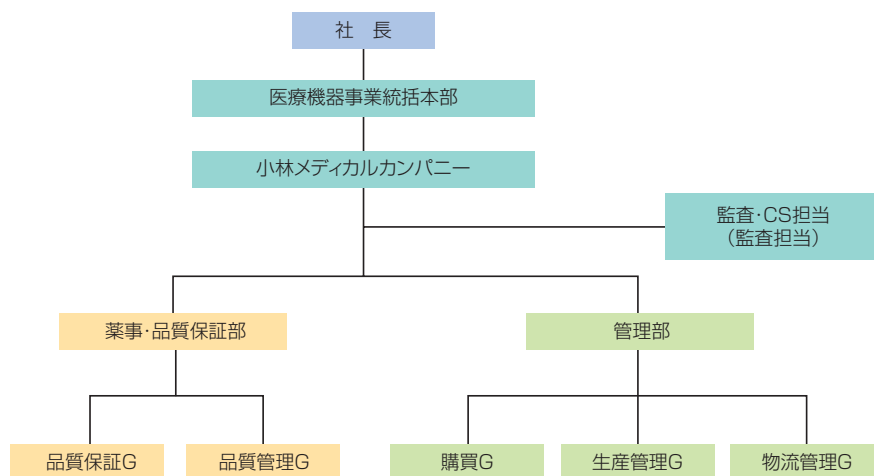
製品責任(医療機器事業)

医療機器に求められる高度な品質・安全性を、医療従事者への情報とともにお届けしています。

製品責任は、医療機器を製造販売する小林メディカルカンパニーにとって生命線です。しかも医療分野でご使用頂く製品は、患者さまの健康や社会生活に密接に結びついており、その製品責任は極めて重大です。小林メディカルカンパニーでは、製品責任を製品そのものの品質に止まることなく、開発、生産、販売、医療従事者とのコミュニケーション、アフターサービスに至るまでのトータルな視点から捉え、お客さまの期待を超える「価値」の提供を目指した活動を展開しています。

品質・安全保証体制

製品の品質と安全保証体制の構築や監査は、ISO13485に準拠して設計から出荷までの各段階で厳格に管理しています。その体制は、品質・安全保証に関しては、薬事・品質保証部が統括して管理を行い、製品の購買から製造・出荷までに関しては管理部が統括して管理を行っております。また、これらの管理の方法は、医療機器の設計開発から販売に至るまでの各段階において、様々な角度から入念な検証と評価を行うことにより、製品の品質と安全性を確保できるように努めております。さらに、製品を安全に使用して頂くため添付文書を適宜改訂し、医療従事者へ安全情報の提供を行うとともに、営業担当者と薬事・品質保証部が連携し、医療現場から安全情報の収集をするなど、様々な協働の取り組みを進めております。

■販売時における出荷判定

■品質・安全性保証体制(医療機器部門)

※Gはグループの意味です。

ISO13485認定書

お客さまコミュニケーション

手術など、生命に直結する医療の現場で使われる医療機器には極めて高度な品質と安全性が求められます。同時に、医療事故を撲滅するためには医療機器の適正な使用方法や潜在するリスクなどに関する積極的な情報提供を行うことが欠かせません。

■医療事故撲滅への取組み

我々は医療現場に携わる一員として、医療事故の撲滅に対して次のような様々な取り組みをしています。

インスピロン　誤接続防止の提案

医療現場の看護師さんに対して、①日々の業務の中で医療事故のリスクの伝達、②病院内での安全に関する教育の実施、③事故の再発防止に向けて製品を安全に使用頂けるようにマニュアルを作成して配付などを行い、医療事故防止策の提案を行っております。

これらの取り組みについては、全国の大学病院をはじめ多くの施設で賛同を得る事ができたとともに、医療従事者の方々から多くの感謝の言葉を頂いております。

web　http://www.kobayashi-medical.com/inspiron/kng_digest.html

電気メス　安全セミナーの開催

電気メスをより安全にご使用頂くために1999年より「電気メス安全セミナー」を各地で開催しています。

電気メスは生体組織の切開および組織の凝固による止血を行う電気手術機器で、外科手術には必要不可欠なものですが、高周波による熱傷事故や電撃事故などが報告されています。しかし、製品の取り扱いについての知識があれば事故を起こさず安全に使用できる医療機器です。

電気メス安全セミナーでは、大学教授や臨床工学技師の方々を講師にお招きし、実際に手術室で電気メスを取り扱う看護師や臨床工学技師の方々に向けた電気メスを安全に使用するためのご講演を頂いています。質疑応答も交え約3時間のセミナーですが、お集まり頂いた方々からは毎回ご好評を頂いております。

また2006年からはWebにて講演内容を公開し、いつでも気軽に見て頂ける環境を整えました。

web　http://www.kobayashi-medical.com/seminar.html

【コラム】CB活動	2007年度「CBチャンピオン大会」金賞受賞

小林メディカルカンパニー

患者さまの求める医療
～ひとりの営業員がチームを変えた～

リーダー:**営業開発G　吉岡 誠司**
メンバー:**事業戦略部・マーケティングG・営業部（各営業担当）**

小林メディカルカンパニーでは、患者さまのQOL向上に対する取り組みを積極的に行っております。2007年度は患者さまの求める医療とは何かを追求する事をテーマとして取り組みを行い、社内の発表会で見事に金賞を受賞させて頂きました。ここに、その取り組み内容を簡単にご案内させて頂きます。

従来、医療従事者は患者さまの病気を治すことが一番大事なことで、一命を取り留めた患者さまの術後の容姿に関しては、病気が治ったのだから仕方ないこととして扱われるケースが少なからずありました。

一方で、WHOの健康の定義では、「健康とは完全な肉体的、精神的及び社会的福祉の状態であり、単に疾病または病弱の存在しないことではない」とあり、我々は、この信念に基づいた新たな取り組みを行ってきました。

その具体的な内容は、術後の患者さまの傷跡の審美性の重要性を医療従事者とともに考えていくというものでした。我々は、日々の活動で、繰り返しその重要性を唱え続け徐々にこの「患者さま視点」の重要性に賛同頂ける医療従事者も増えました。最終的には術後の患者さまの容姿に対して真剣に取り組んで頂ける医療従事者の方々が中心となり、整容脳神経外科研究会という新しい研究会の設立に至りました。これにより、今後は患者さまの術後の容姿が少なからず改善されていくものと信じております。

web　http://aens2008.umin.ne.jp/greeting.html

社会貢献活動

良き企業市民として、地域社会の発展に貢献しています。

小林製薬グループでは、よき企業市民の一員として、地域社会との共存を図るための社会貢献活動を積極的に展開しています。活動としては地域の美化・清掃活動や工場見学、地域イベントへの参加・協力など多岐にわたる活動を推進しており、各事業所・各工場において地域社会に貢献することで企業の社会的責任を果たしていきます。

車椅子寄贈

全国15の社会福祉協議会を通じ公共の福祉施設へ車椅子90台を寄贈いたしました。この度の寄贈は従業員約1,000人からの募金と、マッチングギフトとして会社が同額を拠出したものを原資に実施しました。その結果、寄贈先の方にはとても喜んでもらい、今後も活動の継続を望みますとのお言葉もいただきました。贈呈式でうかがったところ、車椅子のニーズは『市民への貸し出し』『学校などでの体験学習への利用』『老人ホームなどでの利用』が中心でした。今後も継続して実施していく予定です。

献血活動

小林製薬本社と中央研究所では献血車による献血を実施。受付数は67名、採血数は55名と昨年を上回る献血結果となりました。今後は各事業所で献血の輪が広がるよう努めていきます。

ユニセフとピンクリボン運動を応援

1993年11月から「小林製薬ユニセフ協力基金」を設立し、世界の恵まれない方々への支援を行っています。毎年夏と冬に消費者の皆様を対象としたキャンペーンを行い、ご応募いただいたハガキ1枚につき5円をお客様に代わり（財）日本ユニセフ協会に寄付してまいりました。また、2005年より「サラサーティ」キャンペーンで「ピンクリボン運動」*にも寄付してまいりました。2007年、冬のキャンペーンよりピンクリボン運動（NPO法人乳房健康研究会）と（財）ユニセフ協会のどちらかを応募者の方に選択していただく形式で、ご応募いただいたハガキ1枚につき10円を寄付しています。今後もキャンペーンに対する理解の促進を図り、活動の強化・継続に努めます。

＊「ピンクリボン運動」とは、乳がんへの認識を高め、早期発見・診断・治療を啓発するための活動です。

アジア諸国からの留学生を支援

2002年4月に「小林国際奨学財団」を設立し、我が国で勉学に励むアジア諸国からの留学生への支援を行っています。アジア諸国から留学生として来日した方のうち、志操堅固、学力優秀でありながら、経済的理由により学業の継続が困難な方に対して奨学援助を行っています。今後も留学生の奨学援助を通して、アジアにおける国際友好親善ならびに人材の育成に寄与していきます。2007年度は63名の留学生に月10万円の奨学金を支給し、交流会も開催しました。

愛の手チャリティーオークション

毎日新聞社が主催している「愛の手チャリティーオークション」に参加しました。本社部門のメンバーが中心となって、役員・従業員の各家庭で使っていないものを募集し、オークションへ提供しました。その収益金は、家庭に恵まれない子供の里親探しを行う（社）家庭促進協会に寄託しています。

地域清掃活動

■愛媛小林製薬

愛媛県新居浜市が推進する「公共施設アダプトプログラム（里親制度）」*に登録しており、2007年度は5月と12月の2回、新居浜工場近隣の「黒島海浜公園」の駐車場などの清掃活動を実施しました。

*新居浜市公共施設アダプトプログラム（里親制度）とは、公園、道路、河川、海岸などの一定区間について自発的なボランティアを募集し、これを"里親"とするもので、行政がパートナーとなり、まちづくりを進めるものです。

■富山小林製薬

富山県富山市主催の美化清掃活動「ふるさと富山美化大作戦」に参加し、会社周辺の地域美化に協力しました。

■本社部門

大阪府大阪市が主催している「クリーンおおさか2007」に参加しました。「クリーンおおさか」とは、大阪市が清潔で美しいまちづくりを推進するため、1998年度から毎年実施している活動であり、多くの市民、企業、団体などがそれぞれの関わりある地域の清掃活動に参加しています。小林製薬では2006年度から参加しており、2007年度は、設立記念日の8月22日に本社周辺・御堂筋の清掃活動を実施しました。今後も清掃活動に参加することで地域に貢献していきます。

地域における貢献

■仙台小林製薬

宮城県大和町まほろば祭の企業紹介コーナーで製品提供を実施しました。今年は昨年を上回る数量を用意しましたが、従来より多くのお客さまにお越しいただき、予定より早く合計3312個すべて提供するという嬉しい結果となりました。提供方法として、今回はくじ引きを導入するという初めての試みでしたが、ご来場のお客さまからは、「とても楽しかった」と喜びの声をいただきました。

工場見学会実施

小林製薬の各工場では、地域密着型の貢献活動として、工場見学会を行っています。地域の方々に我々の活動や取り組みへの理解・親近感が深まるよう、企業市民として地域に貢献していきたいと考えています。

■愛媛小林製薬

愛媛小林製薬では、一般近隣市民を招いて工場環境施設見学会を行い、今期は110名の方に参加いただきました。

■小林製薬プラックス

小林製薬プラックスでは、14歳（中2）の中学生を対象に「14歳の挑戦」という工場見学を兼ねた仕事体験を行っています。対象となっている中学生の社会体験が目的で、工場見学と同時にプラスチック容器やキャップの検査、運搬等をしていただいています。小林製薬プラックスでは今後も、社会体験の場を提供することで地域に貢献していきます。

環　境　報　告

環境問題が地球レベルで進行している今、次世代のために環境を守ることは、社会全体で待ったなしの大きな課題となっています。小林製薬グループでは、「人と社会に素晴らしい『快』を提供する」という経営理念と直結するものとして環境への取り組みを位置づけ、「小林環境宣言」「環境行動指針」を制定するとともに、開発・製造・販売のすべての活動において、環境への負荷を低減し、環境保全に貢献する取り組みを進めています。

CONTENTS

環境マネジメント

価値観・行動指針と体制を明確にして、環境重視の経営を進めています。

小林製薬グループでは、事業活動のすべてをより環境に配慮したものにしていくことが必要との認識に立って、2001年12月に「小林環境宣言」と「環境行動指針」を制定するとともに、環境経営のための全社的な組織体制を整備。温暖化対策、化学物質の管理、廃棄物の削減・リサイクルなどに具体的な目標を立てて取り組んでいます。

小林環境宣言

小林製薬グループは、環境の保全を目指し、限りある資源・エネルギーの有効活用を行うとともに、環境に影響を与える物質及び廃棄物の削減を行います。

環境行動指針

1.法令遵守及び目標の実行

事業分野における環境保全に関連する法規制や協定を遵守するとともに環境目標・自主基準を定め、実行します。

2.廃棄物の削減とリサイクルの向上

事業分野の各段階において発生する廃棄物について、再生・再利用可能なものは積極的にリサイクルを行い、廃棄物の量的削減を行います。

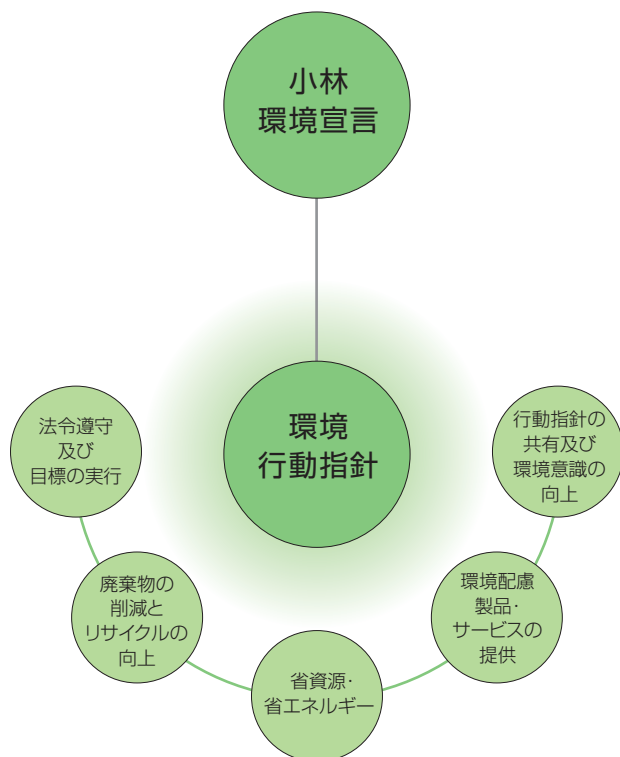
3.省資源・省エネルギー

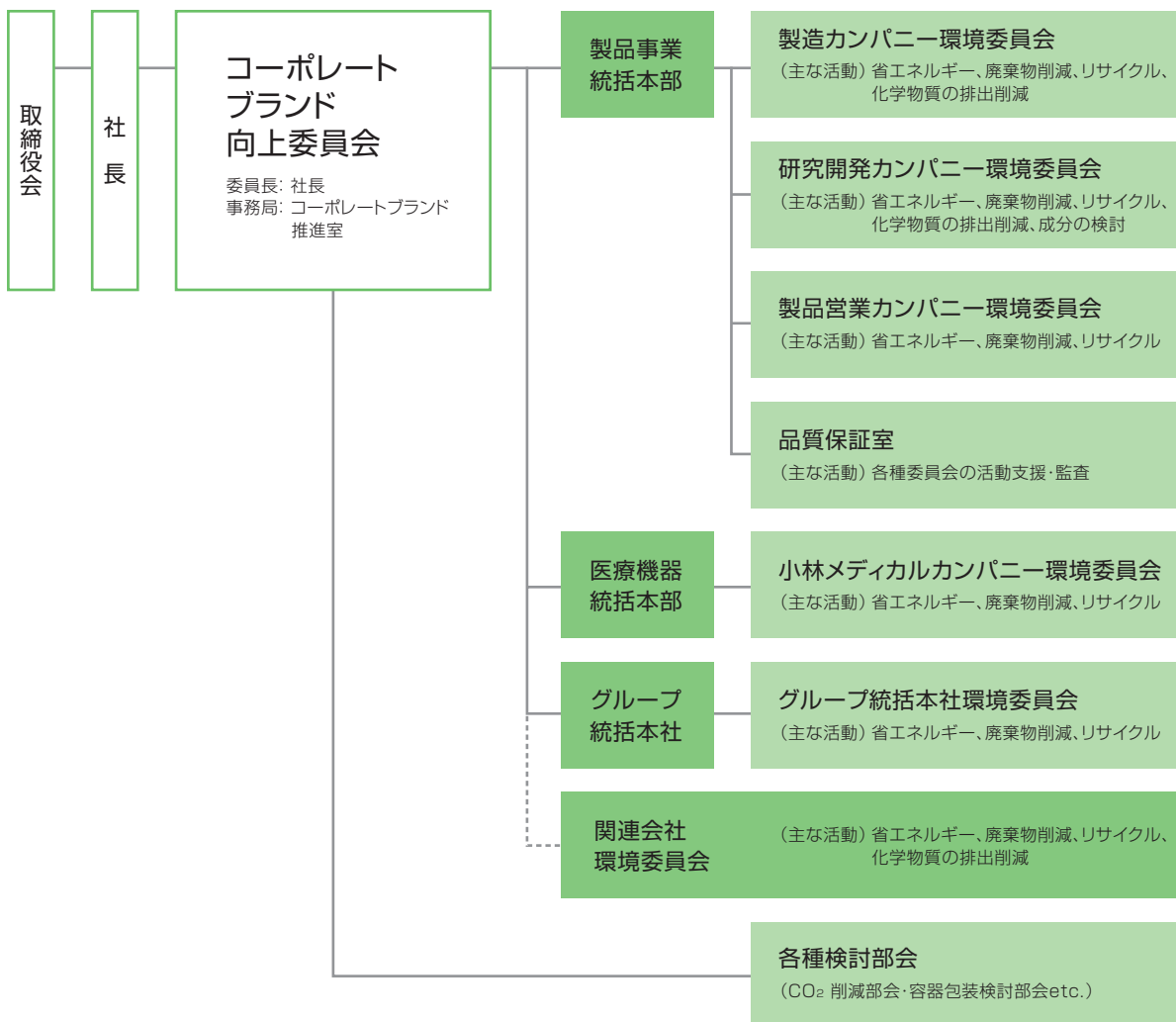
限りある資源を有効活用するため、エネルギーの効率的利用と再生資源の積極的使用を促進します。

4.環境配慮製品・サービスの提供

環境への負荷低減を心がけた製品の開発・サービスを提供するため、使用する物質や使用方法を考慮した事業活動を行います。

5.行動指針の共有及び環境意識の向上

この指針をグループ全社員で共有し、また教育・啓発活動を通じて、一人ひとりの環境保全意識の向上に努めます。

環境活動の組織と体制

小林製薬グループでは、コーポレートブランド向上委員会を中心に環境保全活動に取り組んでいます。コーポレートブランド向上委員会は、グループ全体での環境目標、行動計画などの提案および推進活動と環境問題への対応・方向性を決定する役割を担っています。また、カンパニーおよび関係会社に設置している環境委員会では、それぞれの事業特性にあわせた目標を立て、活動を実施しています。

環境負荷の全体像

事業活動全体を通して環境負荷を意識し、負荷軽減に努めています。

企業活動には環境への負荷が避けて通れません。これを最小限に抑えるために、小林製薬では開発から製造、販売、廃棄に至るライフサイクルの各段階でどのような環境負荷があるのかを特定し、それぞれの段階で資源の有効活用やエネルギー削減、廃棄物削減などに取り組んでいます。

■開発・設計段階

当社の製品は、原料として、多くの化学物質を用いており、生態系や人体への影響を配慮する必要があります。またパッケージ等でプラスチックなどの資源も利用することから、生態系などへの影響を配慮しつつ、省資源化に努めています。

■製造段階

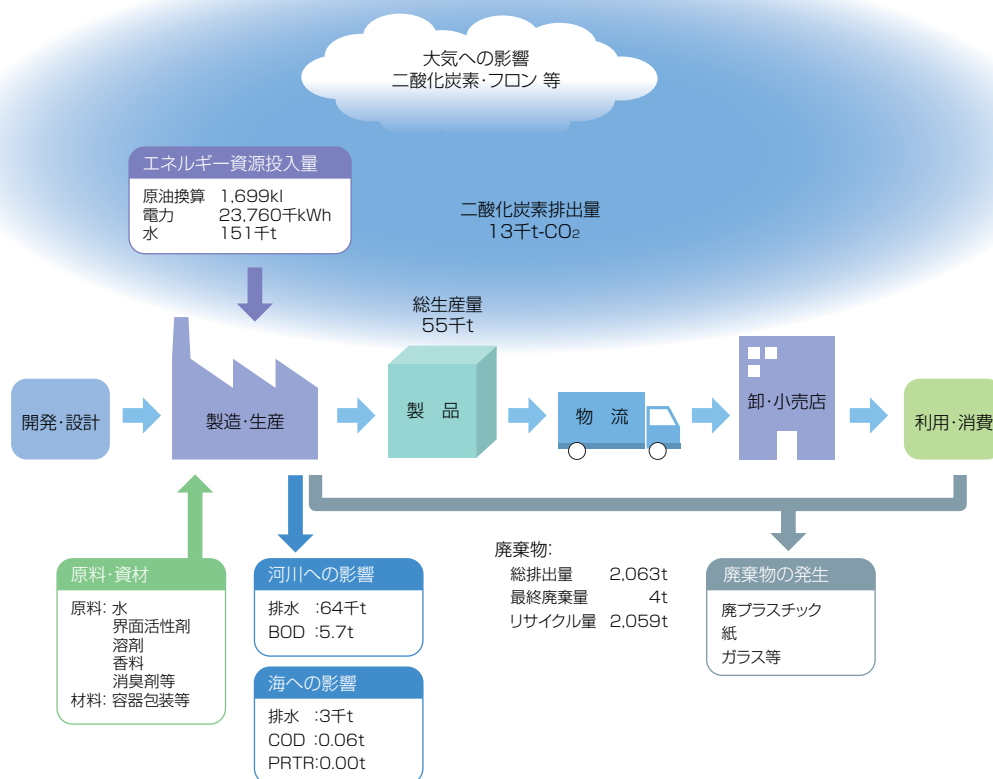
製品を製造するに当たっては、大量のエネルギーと原料・資材を使い、生産ロスなどの廃棄物も発生します。そのため、省エネルギーを徹底し、ロスの出ないよう生産効率の向上を図るとともに、発生した廃棄物については、リユース・リサイクルを徹底しています。

■物流段階

出来上がった製品を小売店などの店頭に並べるには、効率的な輸送が必要であるとともに、輸送時の環境配慮が必要であり、トラック輸送から鉄道輸送等への変更（モーダルシフト）を進めています。

■利用・廃棄段階

お客様が製品を利用するときに発生する包装や利用後に廃棄する段階においても、環境配慮が必須であり、省資源と廃棄しやすいものになるように配慮しています。また、化学物質の取り扱いについてもお客様が容易に扱え、地球環境に影響の少ないものへ対応しています。

■環境負荷の全体像イメージ

BOD ＝ Biochemical Oxygen Demand「生物化学的酸素要求量」河川における有機物による水質汚濁の指標
COD ＝ Chemical Oxygen Demand「化学的酸素要求量」海域及び湖沼における有機物による水質汚濁の指標

実績と目標

定量的な目標を掲げて取り組むとともに、客観的評価を行っています。

小林製薬グループでは、環境に配慮した経営を行うために、定量的な目標を立て、年度ごとのアクションプランを明確にして取り組みを進めています。また、目標に対する結果を客観的に評価し、次年度以降につなげています。

2007年度の成果と課題、2008年度の方針について

テーマ	2007年度 目標	2007年度 アクションプラン	2007年度 結果	2007年度 評価	今後の課題	2008年度 目標	中期目標
生産							
CO_2削減	生産重量原単位で0.5%削減	設備の効率稼動	生産重量原単位で3.6%削減	◎	生産量の増加に伴うエネルギー使用量の増加	生産重量原単位、総排出量で0.5%削減	2002年度比9%削減(2010年度)
廃棄物削減	廃棄物排出量1%削減	歩留りの向上	廃棄物排出量1.8%削減	○	マテリアルリサイクル比率の向上	廃棄物排出量1%削減	2002年度比25%削減(2010年度)
リサイクル	対象全事業所でのゼロエミッションの達成	分別の徹底・選別	ゼロエミッション5事業所で達成	◎	マテリアルリサイクル比率の向上	5事業所でゼロエミッションの達成	継続
化学物質対策	PRTR対象物質の各工場排出量を100kg以下	歩留りの向上	対象全工場達成	◎	生産量の増加に伴う使用量の増加	PRTR対象物質の各工場排出量を100kg以下	継続
製品							
省資源設計	容器・包装の簡素化	パッケージの変更	7ブランドで変更	△	品目数の拡大	容器・包装の簡素化	環境配慮型製品の導入
化学物質対策	環境配慮基準の再考と実効性の確保	設計段階からの検討	設計段階から実施	○	対象物質の拡大	環境配慮基準の再考と実効性の確保	環境配慮型製品の導入
グリーン調達	調達対象の拡大	法規制対応状況の確認	調査実施し、現状把握	○	支援方法	調査対象の拡大	CSR調達への移行
本社・事業所							
省エネルギー	各事業所電気使用量5%削減 対象事業所の拡大	空調温度制御、早期退社の促進、クールビズ	前年比3%減	△	人員増に伴う事業所の拡大	各事業所電気使用量5%削減 対象事業所の拡大	2002年度比10%削減(2010年度)
省資源	紙使用量の1%削減	ペーパーレス会議の促進、帳票の電子化	前年比5%増	×	人員増に伴う事業所の拡大	紙使用量の1%削減	2006年度比10%削減(2010年度)
グリーン購入	グリーン購入率85%	社内PR	グリーン購入率74.6%(3.2%増)	△	社内啓発	グリーン購入率85%	グリーン購入率90%(2010年度)
活動報告	社会・環境報告書の作成(紙媒体)	早期公表	公表時期は前年と同時期	○	ステークホルダーとのコミュニケーション	従業員への啓発	Webの充実(2010年度)

※2008年度目標には桐灰化学を含みます。

環境配慮型製品への取り組み

包装・容器の環境負荷の軽減に努めています。

製品を環境への負荷が少ないものにするために、小林製薬では容器・包装の減量やリサイクル素材の容器の採用などを積極的に進めています。

容器・包装の減量

■容器のスリム化

製品を新しく発売するに当たってはもちろん、発売後の製品の容器・包装についても、素材や形状の変更による減量化を進めています。これら減量化に際しては、容器・包装が本来うけもつ機能を損なわない事が条件ですが、様々な製品を継続的に変更しています。2007年度は、噛むブレスケアの容器を変更し、スリム化を図り、容器の樹脂量を10%削減しました。

リニューアル前　リニューアル後

■パッケージのスリム化

リニューアル前
W86 T140 D58 115g

リニューアル後
W80 T130 D50 112g

パッケージサイズが統一された洗浄中シリーズ

■包装の簡素化

流通過程においては、輸送時の衝撃や倉庫保管時の温度変化など製品に対して様々な影響が予測されます。そのため、製品に影響が無いよう、輸送・保管用の包装を行い、製品を保護しています。ただ、これらの包装はその役目を終えた時点で廃棄物となるものであり、過剰な包装は廃棄物を増加させるだけですので、機能を損なわない簡素化が必要です。 2007年度においては、オドイーターのパッケージから裏紙台紙を廃止し、更に洗浄中シリーズのパッケージ変更でサイズを統一しました。また、熱さまシート（体に貼る）やラナケイン・フェミニーナ、ワキガード製品の内箱を廃止しました。

■内箱を廃止

リニューアル前　リニューアル後

再生PETを使用した容器

　これまでのプラスチック容器については、バージン原料を100%使用してきました。近年PETボトル等のリサイクルが進み、再生PET　原料が普及してきたこと、洗浄とバージン原料との混合により、透明なボトルが生産できるようになったことから、プラスチック使用量の多い「トイレの消臭元」「お部屋の消臭元」は再生PETを利用しています。2007年度においては他の製品への利用が進みませんでしたが、今後引き続き推進していきます。

つめ替・つけ替製品による本体・機能部分の再使用

小林製薬では、1977年にブルーレットのつめ替を発売して以来、多くの製品でつめ替・つけ替を用意してきました。これは、お客様に反復利用していただくことで、より長くご愛用いただき、また、少しでも家庭から出すゴミを抑制できるように心がけています。つめ替・つけ替製品は2008年4月現在、26品目（79アイテム）について販売しています。

■つめ替・つけ替製品一覧表（2008年4月現在）

芳香消臭剤	サワデー、消臭シャボン、トイレの消臭シャボン、エアフラン、クリエアー(部屋用)、プッシュポン、微香空間、無香空間、香り日和、クリエアープラグ、ブルーレットおくだけ、ブルーレットおくだけSelect 、無色のブルーレットおくだけ、ブルーレットおくだけ洗浄漂白剤、ブルーレットつり下げ、液体ブルーレットおくだけ、液体ブルーレットおくだけW リキッド、ブルーレット漂白玉プラス
衛生雑貨	熱さま首もとひんやりベルト
家庭雑貨品	自然にカエル台所用、ブルーレット液体 トイレ洗浄中、サニボン泡パワー、便座除菌クリーナ（業務用）、バクテノール除菌アルコールスプレー
食品	ブレスケア

2007年度に追加したつめ替・つけ替製品の一例

地球温暖化防止

地球温暖化防止へのトータルな取り組みを進めています。

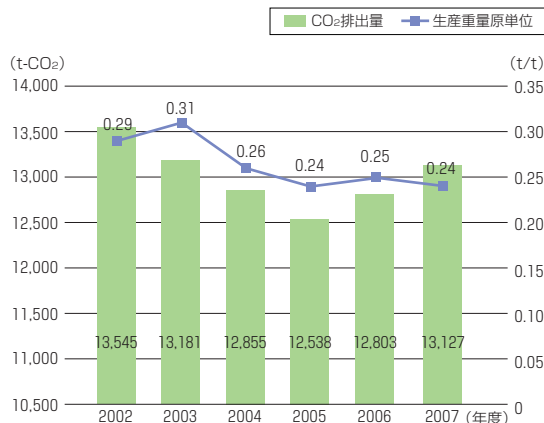
CO_2排出の増加にともなう地球温暖化は、社会全体の緊急の課題となってきています。小林製薬グループでは地球温暖化防止を重要な経営課題と考え、太陽光発電システム導入を含めたCO_2削減、省エネルギーへの取り組み、輸送時の環境負荷低減など、多面的な取り組みを推進しています。

CO_2削減

地球温暖化防止のためには、エネルギーを節約し、二酸化炭素（CO_2）などの温室効果ガスの発生量を抑制しなければなりません。小林製薬グループでは、温室効果ガスのうち、事業活動上発生する量の多いCO_2を対象として、管理と削減の取り組みを行っています。

2007年度は、前年に比べ、総排出量で2.5%増加、生産重量原単位で3.6%の削減となりました。

2006年度においてテスト生産していたものを本生産に移行し生産重量に加算できました。更にコンプレッサー等の効率化も図り、生産重量原単位の改善に繋がりました。

■CO_2排出量の推移

※生産重量原単位

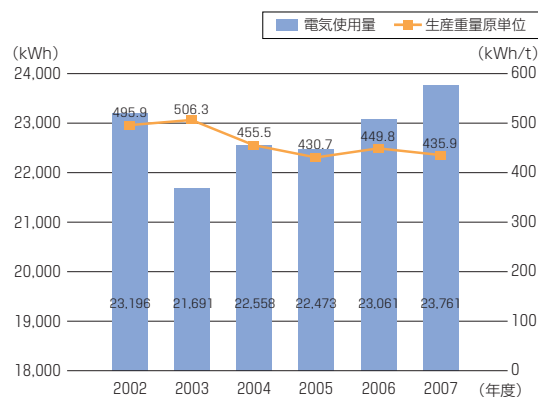
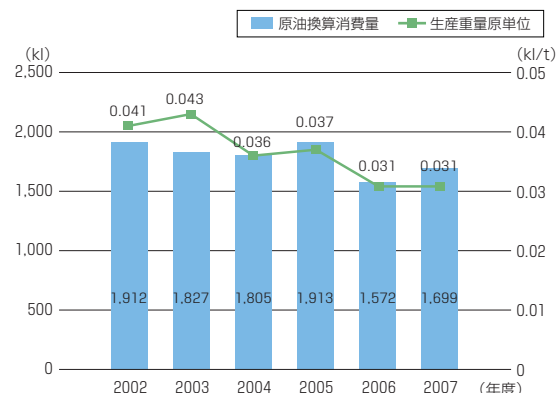
CO_2の排出量を総量ではなく活動あたりの排出量で規制する考え方。当社では生産重量を基準に算出しています。

省エネルギーへの取り組み

2007年度における省エネルギー活動は、原油換算消費量において生産重量原単位で前年横ばいという状況でした。エネルギー使用量の多い電気使用量においては、生産数量が増加したことに伴い、使用量では3%の増加となりましたが、生産重量原単位では3.1%減少となりました。

2006年度より、3事業所（富山小林製薬（株）、仙台小林製薬（株）、小林製薬プラックス（株））が改正省エネ法における第2種エネルギー管理指定工場となりましたので、法令に基づく適正管理と届出を行い継続しております。

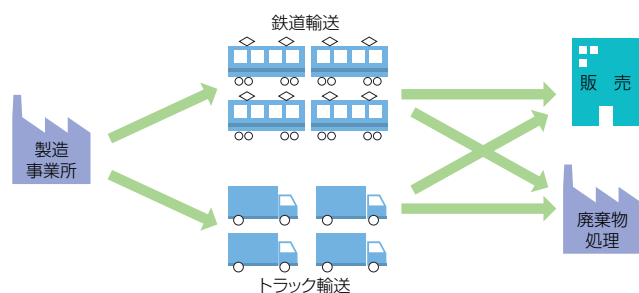
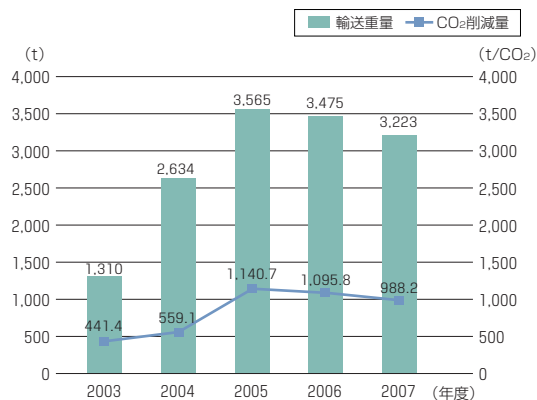
今後も生産活動の拡大により、エネルギーおよび電気使用量が増加することが予想されますが、CO_2などの温室ガスの削減を考慮したバランスのとれたエネルギー利用を行うとともに、計画的な生産、ロスや在庫の削減などの活動を継続的に行うことで、省エネルギーへ取り組んでいきます。

■電気使用量の推移

■原油換算消費量の推移

輸送時の環境負荷低減

トラック輸送に比べて地球温暖化の原因となる二酸化炭素（CO_2）の排出が非常に少なく環境に配慮した輸送形態である、鉄道および船舶による輸送への切り替えを1998年度より推進しています。

2007年度においては、3,223トンを鉄道での輸送に変更し、トラック輸送と比べてCO_2を988.2トン削減しています。

今後も、輸送量と距離に応じ、CO_2の排出の少ない輸送形態を選択することで、更なる効果を生むよう検討を行います。

■輸送重量とCO_2削減量の推移

太陽光発電システムの導入

愛媛小林製薬（株）では、自然エネルギーの利用を促進する太陽光発電システムを導入しています。NEDO（新エネルギー・産業技術総合開発機構）と共同研究を行っているもので、これにより得たエネルギーを電気料金に換算し、その金額を新居浜市に寄贈するなど、地域社会への還元に利用しています。

設置した太陽電池パネル

贈呈式の様子

寄贈した車椅子など

クールビズの導入

2007年7月より9月末まで事業所内ではノーネクタイというカタチでクールビズを導入し、事業所内温度を28℃に設定することでオフィスのCO_2削減に取り組みました。その効果もあり、結果として年間で約3%のCO_2削減をすることができました。

化学物質対策

生態系や人体への影響を与える化学物質のより安全で確実な管理に取り組んでいます。

小林製薬グループでは、化学物質が人体や生態系に重大な影響を与えるリスクを持っていることを意識し、化学物質の適正な管理を事業活動上の重要課題と位置づけています。製品の開発や製造段階などで「リスクの高い化学物質をできるだけ扱わない」ことを基本にしながら、化学法規制だけでなく独自の基準を用いて、より安全で確実な管理への取り組みを進めています。

PRTR対象物質の削減

PRTR対象物質※の適正管理を事業活動上重要なものと位置づけ、製品の開発・設計から工場での排出量削減や廃棄物処理方法の適切な選択などの活動を推進しています。製品の開発・設計段階においては、PRTR対象物質の使用量を削減することで、環境性能や安全性を高める可能性があると考え、2003年度の「液体ブルーレットおくだけ」に始まり、様々な製品で、機能を低下することなく、代替物質への切り替えを行っています。また、製造段階で発生するPRTR対象物質についても、適正な処理を行い、その処理状況についても随時確認し、環境への影響を低減できるよう取り組んでいます。

■当社でPRTR届出を行なった対象物質（2007年度）

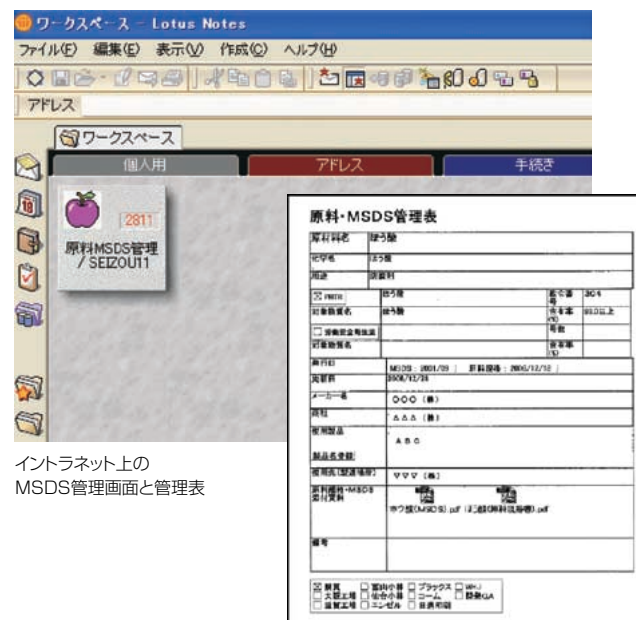
（t/年）

対象化学物質名（3種）	用　途	事業所外への移動量		事業所外への排出量		
		下水道	産廃としての移動	大　気	水　系	土　壌
ポリ（オキシエチレン）＝アルキルエーテル	製品原料	0.00	0.40	0.00	0.00	0.00
ホウ素及びその化合物	製品原料	0.00	1.13	0.00	0.00	0.00
3,5,5-トリメチル-1-ヘキサノール	製品原料	0.00	0.06	0.00	0.00	0.00

※PRTR

PRTR法に定められるPRTR（Pollutant Release and Transfer Register）制度とは、人の健康や生態系に有害の恐れのある化学物質について、事業所からの環境（大気、水、土壌）への排出量及び廃棄物に含まれての事業所外への移動量を、事業者が自ら届け出るとともに、国は届出データや推計に基づき、排出量・移動量を推計し、公表する制度です。

MSDSの整備

化学物質安全性データシート（MSDS※）は化学製品を安全に使用するため、環境や人体への影響や安全性、守らなければならない取り扱い方法、物理化学的性質について記載されたものです。当社では、使用している原料については原料メーカーからMSDS を入手し、データを品質保証室で管理し、工場や関係会社の関係者はイントラネットを通じ、いつでも閲覧できるような体制を作り、安全対策等に活用しています。

イントラネット上の
MSDS管理画面と管理表

※MSDS

MSDS（Material Safety Data Sheet）とは、化学製品（化学物質を使った製品）の性質を正しく理解し、安全に取り扱うために

①含まれている物質・含有率
②基本的な性能
③ヒトや環境に与える影響
④取扱上の注意

などを記載したもので、化学製品の取扱説明書のようなものです。PRTR法、安全衛生法、毒劇法で対象化学物質が決められており、対象化学物質を企業間で取引するときには、販売者は購入者にMSDSを提示することが求められています。

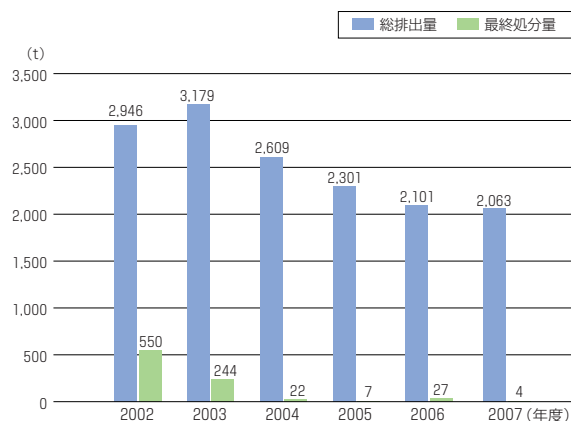
廃棄物削減

ムダの削減やリサイクルに努め、廃棄物削減、ゼロエミッション実現に取り組んでいます。

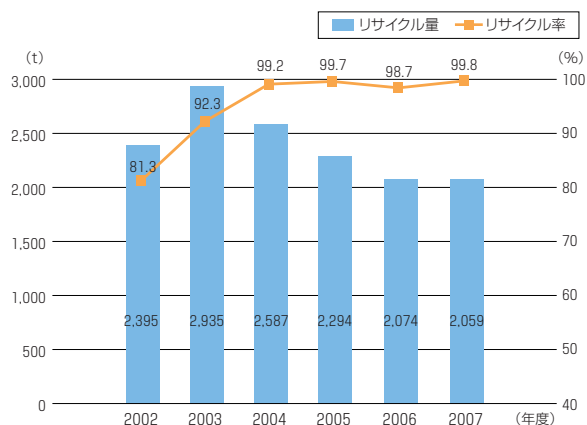
限りある資源を大切に利用するためにも、また廃棄物による地球環境への負荷を減らすためにも、廃棄物削減は重要です。小林製薬グループでは、生産効率の向上、資源の有効活用と廃棄物の徹底した分別による再資源化、リサイクルに取り組み、ゼロエミッションの実現に向けた廃棄物の削減に努めています。

廃棄物削減

2007年度の廃棄物最終処分量は4トンで、2002年度以来最も低い処分量となりました。
廃棄物発生量自体も2,063トンで昨年より38トン、1.8%の削減結果となりました。これは、工場から出た段ボール、古紙、ガラス、廃プラスチック、金属、廃液などを徹底して分別し、有価物化を実現したことによるものです。
従来廃棄物になっていた余剰原料を再生し、品質を確保した上で原料として利用することや歩留りの向上など、細部にわたる活動を継続実施しました。これは、生産効率の向上と資材の有効活用を実施することで、無駄のない生産に取り組んだ結果です。

■産業廃棄物排出量の推移

リサイクル

2007年度のリサイクル率は99.8%となり、目標であった対象全5事業所におけるゼロエミッションの達成ができました。
今後も、さらにリサイクルの対策を継続するとともに、生産活動上発生する廃棄物のリサイクルに当たっては、サーマル・リサイクルからマテリアル・リサイクルへのシフトを進めていきます。

■リサイクル量とリサイクル率の推移

●ゼロエミッションとは
一般的には、発生した廃棄物を徹底分別しリサイクルすることで、単なる焼却や埋立てによって処分する産業廃棄物をなくすことです。小林製薬グループでは、発生した廃棄物のうち、最終処分地で処理する廃棄物量を1%未満にすること、と定義しています。

●サーマル・リサイクルとは
廃棄物を単に焼却処理するだけではなく、焼却の際に発生するエネルギーを回収・利用することです。

●マテリアル・リサイクルとは
使用済み製品や生産工程から発生するゴミなどを回収し、利用しやすいように処理して、新しい製品の材料や原料に使うことです。

グリーン購入・調達

事務用品等の購入、原材料の購買・調達の両分野でグリーン購入・調達を進めています。

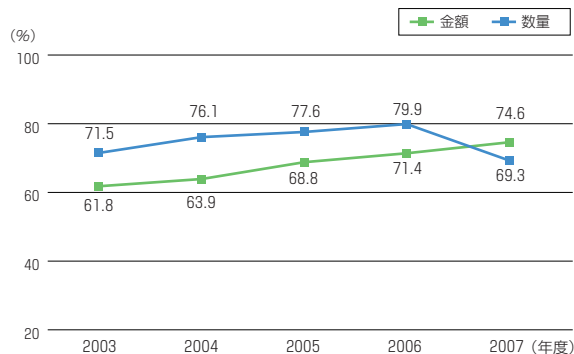
事務用品の購入にあたっては、品質や価格だけでなく環境の事を考え、環境負荷ができるだけ小さい製品やサービスを、環境負荷の低減に努める事業者を優先するグリーン購入をすすめる全社的なシステムを構築。製品の原材料の購買・調達にあたっては、生産委託先への支援活動を含めたグリーン購買・調達の取り組みを進めています。

グリーン購入

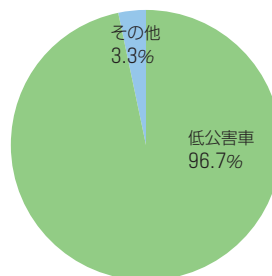
事務用品におけるグリーン購入について、2007年度は、全ての購入のうち、数量で69.3%、金額で74.6%がグリーン購入となりました。金額ベースで購入率は向上していますが、数量ベースでは前年を大幅に下回っております。

2007年度は、利便性の向上とグリーン購入対象商品の拡大のため、システムの変更を行いましたが、偽装問題の影響もあり、数量に影響が出ています。2008年度においては対象カテゴリー・商品の再評価を行う予定です。

また、OA紙の使用量の削減のため、昨年度に引き続き両面利用や2UP印刷、会議のペーパーレス化に取り組みましたが、前年比104.9%と増える結果となりました。今年度におきましては取り組みを今以上に強化したいと考えています。

■グリーン購入実績

営業車においても、現在総車両数398台中、低公害車※を385台導入し、96.7%の導入率となっています。

車両に対する対策だけでなく、燃費の向上やアイドリング・ストップなどを心がけ、走行中においても環境に配慮するようにしています。

■低公害車導入実績

※低公害車とは、国土交通省の基準である、「低排出ガス車認定実施要領」に適合した車両としております。

グリーン購買・調達

小林製薬において、環境に配慮した製品の開発・設計を行うため、原料の化学物質においては独自の基準を用いて、選別を実施しています。化学物質は、環境面や生態系、人体への影響が考えられるため、様々な角度から検討し、基準を作成しています。

また、グループ外へ一部製品の生産を委託している関係上、委託先の環境配慮も考慮する必要がありますが、ここでは単なる委託先の選別ではなく、どうすれば委託先の環境配慮が進むかを考え、法規制などを含めた支援活動に注力しています。

2007年度は、法改正の頻度の多い廃棄物に関する管理について、委託先に対して本格調査を開始しました。この調査結果をふまえ、今年度には有効な施策を提案し、実行することで、委託先の法規制対応と環境配慮を行い、WIN-WINの関係作りに結び付けたいと考えています。

環境会計

環境保全活動に合計約6.6億円（費用/ 投資）をかけ、環境保全効果にプラスして、約1.6億円の経済効果を生み出しました。

（1）集計方法　①環境省「環境会計ガイドライン（2005年版）」に準拠しています。
②環境保全活動の費用（減価償却費を含む）、投資、効果を集計しています。
③効果は、環境保全効果（物量単位）と経済効果（貨幣単位）を集計しています。
④経済効果は実質的効果のみ対象としています。

（2）集計結果　集計範囲：小林製薬グループ（小林製薬及び国内主要グループ会社4社）
対象期間：2007年度（2007年4月1日～2008年3月31日）

環境保全コスト（事業活動に応じた分類）

（単位：千円）

分類		主な取組の内容	投資額	費用額
(1) 事業エリア内コスト 主たる事業活動により事業エリア内で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト			43,197	130,404
内訳	(1)-①公害防止コスト	大気汚染・水質汚濁・悪臭防止	0	19,125
	(2)-②地球環境保全コスト	省エネ	32,047	18,750
	(3)-③資源循環コスト	廃棄物処理費用	11,150	92,528
(2) 上・下流コスト		容器包装リサイクル費用	0	462,955
(3) 管理活動コスト	管理活動における環境保全コスト	教育・環境保全担当者人件費	0	68,379
(4) 研究開発コスト	研究開発活動における環境保全コスト	環境対応研究開発	0	1,964
(5) 社会活動コスト	社会活動における環境保全コスト	地域活動への参加諸費用	0	196
(6) 環境損傷対応コスト	環境損傷に対応するコスト		0	0
合計			43,197	663,898

コメント
- 投資額は合計で43,197千円となりました。空調機・変圧器更新等の投資がありました。
- 費用額は合計で663,898千円となりました。主な内訳としては廃棄物処理費用、環境保全担当者人件費、容器包装リサイクル費用、環境対応の研究開発の費用等です。
- 環境損傷対応コストに該当する項目はありませんでした。

環境保全効果

環境保全効果の分類	指標の分類	2006年度	2007年度	増減
①事業活動に投入する資源に関する環境保全効果	二酸化炭素排出量（t-CO_2）	12,803	13,127	324
	二酸化炭素排出量原単位（t-CO_2/t）	0.250	0.241	−0.009
	電力消費量原単位(kWh/t)	449.8	435.9	−13.8
	燃料等原油換算量原単位（kl/t）	0.031	0.031	0.000
②事業活動から排出する環境負荷及び廃棄物に関する環境保全効果	産業廃棄物最終処分量発生量（t）	27.0	4.1	-22.9
	産業廃棄物削減率（%）	−284.0%	1.8%	285.8%
	産業廃棄物リサイクル率（%）	99.7%	99.8%	0.1%

コメント
- 環境保全効果は物量単位の効果を表しています。比較指標として前年の物量を表示、単位として生産重量原単位を使用しています。
- 二酸化炭素の排出量は前年から増加していますが、生産重量源単位は減少しています。生産重量増加による原単位低下等が影響しています。電力消費量原単位においても前年から減少しています。
- 産業廃棄物に関する指標については前年を上回る実績となりました。汚泥廃棄等が減少した事等が影響しています。

環境保全対策に伴う経済効果（実質的効果）

（単位：千円）

効果の内容	金額
省エネルギーによるエネルギー費の節減	14,465
廃棄物処理費用の削減	24,077
資源投入に伴う費用の節減	125,545
合計	164,087

コメント
- 省エネルギーによる費用節減効果は14,465千円となりました。対前年からの削減額を計上しています。（生産重量調整比較）
生産重量の伸びに伴い稼動率が高まりエネルギー効率が改善しています。
また太陽光発電等の省エネ設備等もエネルギー使用量の削減に貢献しています。
- 廃棄処理費用の削減は24,077千円となりました。
対前年からの削減額を計上しています。（生産重量調整比較）
リサイクル率向上等による効果が貢献しています。
- 資源投入に伴う費用の節減は125,545千円となりました。対前年からの削減額を計上しています。
製品の内外箱の廃止、工程の改善、歩留まり率の向上等による効果を計上しています。

サイトレポート

小林製薬株式会社　大阪工場

項　目	
総生産量（t）	6,300.4
原油換算消費量（kl）	205.1
生産重量原単位（kl/t）	0.033
電気使用量（千kWh）	2,535.5
生産重量原単位（千kWh/t）	0.402
CO_2排出量（t-CO_2）	1,417.6
廃棄物最終処分量（t）	0.28
リサイクル量（t）	322.1

PRTR対象物質

政令番号	物質名	使用量(kg)
307	ポリ（オキシエチレン）=アルキルエーテル	1,500.0
223	3,5,5-トリメチル-1-ヘキサノール	510.0
16	2アミノエタノール	720.0

QCグループ
大西 康司

コメント

大阪工場では『環境は意識』をモットーに、全体朝礼時に毎月一度『環境行動指針』を唱和して意識を高めています。徹底した分別等でリサイクル率も毎年99.9%以上を達成しております。これからも、未来のために環境感度の高い工場としてさらに進化していきます。

富山小林製薬株式会社

項　目	
総生産量（t）	30,814.7
原油換算消費量（kl）	777.1
生産重量原単位（kl/t）	0.025
電気使用量（千kWh）	6,447.7
生産重量原単位（千kWh/t）	0.209
CO_2排出量（t-CO_2）	4,208.0
廃棄物最終処分量（t）	1.63
リサイクル量（t）	432.6

PRTR対象物質

政令番号	物質名	使用量(kg)
307	ポリ（オキシエチレン）=アルキルエーテル	5,501.6
304	ホウ素及びその化合物	29,277.0
166	N.N-ジメチルドデシルアミン=N-オキシド	39.6
24	直鎖ｱﾙｷﾙﾍﾞﾝｾﾞﾝｽﾙﾎﾝ酸及びその塩	519.8
298	ベンズアルデヒド	104.9

生産技術グループ
砂子　智

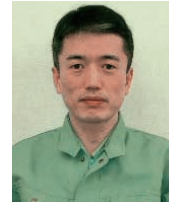
コメント

富山小林製薬では、廃棄物を分別回収して再資源化するマテリアルリサイクルに協力する活動を推進し、4年連続で産業廃棄物排出量の減少とゼロエミッションを達成しています。
また、工場の省エネルギー化にも積極的に取り組んでおり、エネルギー消費効率の良い機器の導入や、重油を使用する機器を廃止することにより二酸化炭素排出量の削減に貢献しています。今後も全従業員一丸となって、地球のためになる活動に取り組みます。

仙台小林製薬株式会社

項　目	
総生産量(t)	11,137.0
原油換算消費量(kl)	595.9
生産重量原単位(kl/t)	0.054
電気使用量(千kWh)	5,768.6
生産重量原単位(千kWh/t)	0.518
CO_2排出量(t-CO_2)	3,832.5
廃棄物最終処分量(t)	0.00
リサイクル量(t)	426.2

PRTR対象物質

政令番号	物質名	使用量(kg)
307	ポリ(オキシエチレン)=アルキルエーテル	22,606.0
304	ホウ素及びその化合物	3,586.0
223	3,5,5-トリメチル-1-ヘキサノール	1,025.0
166	N,N-ジメチルドデシルアミン=N-オキシド	1,002.0
1	亜鉛の水溶性化合物(フェノールスルホン酸亜鉛)	74.0

施設管理グループ
関 久登三

コメント

地域とのコミュニケーションを図る為地域イベントに参加しています。例えば夏の祭りでは企業ブースで商品説明をし身近な企業であることや、学校や地域企業の訪問を積極的に受けて環境に配慮したもの作りをしている事を紹介しています。また廃棄物を削減する為に大和・大衡エコフォーラムで様々な情報をお互いに披露し地域でできることを毎月話し合っています。そのような中から受けたご意見によってより効果的な活動をすることに活かしていきたいと思います。

愛媛小林製薬株式会社

項　目	
総生産量(t)	2,854.5
原油換算消費量(kl)	102.3
生産重量原単位(kl/t)	0.036
電気使用量(千kWh)	2,982.6
生産重量原単位(千kWh/t)	1.044
CO_2排出量(t-CO_2)	1,359.8
廃棄物最終処分量(t)	2.18
リサイクル量(t)	853.3

PRTR対象物質

政令番号	物質名	使用量(kg)
1	亜鉛の水溶性化合物(フェノールスルホン酸亜鉛)	1.2
307	ポリ(オキシエチレン)=アルキルエーテル	7.5

企画開発スタッフ
矢野 直巳

コメント

愛媛小林製薬はエコアクション21を中心に4つの環境小委員会により、全従業員が環境改善活動に取り組んでいます。地道な改善活動を展開し、平成19年度も昨年に引き続き、すべての環境目標を達成いたしました。又、地域貢献としまして、リサイクル収益金で新居浜市福祉協議会へ車椅子の寄贈を毎年行ない、又、近隣公園の清掃ボランティア活動も実施しています。今後も更に、環境にやさしい小林製薬グループの一員として、全従業員スクラムを組み、改善活動に取り組んでまいります。

小林製薬プラックス株式会社

項　目	
総生産量(t)	3,400.3
原油換算消費量(kl)	18.9
生産重量原単位(kl/t)	0.006
電気使用量(千kWh)	6,026.7
生産重量原単位(千kWh/t)	1,772
CO_2排出量(t-CO_2)	2,309.3
廃棄物最終処分量(t)	0.00
リサイクル量(t)	24.6

PRTR対象物質

政令番号	物質名	使用量(kg)
	対象物質の使用はありません	

管理グループ
花田 耕誌

コメント

小林製薬プラックス(株)は、成形品を社内60%、社外40%製造しており、社外製造が非常に多い会社です。産業廃棄物に関しては、本部の教育の末2月には、排出ゼロを達成し皆歓喜に浸っています。しかしながら、これからが勝負であり、今後どうすべきかを皆で進めている最中でもあり今年は大きく数字も管理もレベルアップし他関連会社に追いつきたく考えています。そして、地球に優しいものづくりの小林製薬(株)の一員として結果を出してゆきたく思います。

作成部署およびお問い合わせ先
小林製薬株式会社
コーポレートブランド推進室
〒541-0045 大阪市中央区道修町4-3-6
Tel:06-6222-0901　Fax:06-6222-0079
URL: http://www.kobayashi.co.jp